



Versie **1.1**



Haalbaarheidsstudie Middenboulevard

Gemeente Zandvoort i.s.m. O.P.P. Ontwikkelings
en Participatiebedrijf Publieke sector B.V.



december 2005

Inhoudsopgave

1. Inleiding	4
1.1. Achtergrond en vraagstelling	4
1.2. Aanpak	4
1.3. Gebruikte bronnen.....	5
1.4. Leeswijzer/opbouw document.....	5
2. Beoordeling Exploitatie bbn adviseurs	6
2.1. Analyse basisgegevens	6
2.2. Toets rekenmodel.....	10
2.3. Overleg met bbn adviseurs	10
3. Marktonderzoek RIGO	11
3.1. Inleiding	11
3.1.1. Kader en doel	11
3.1.2. Uitwerking.....	12
3.2. Markt voor de functies in het project	13
3.2.1. Typering badplaats Zandvoort in historisch perspectief.....	14
3.2.2. Trends toeristische bezoekers in Zandvoort	14
3.2.3. Wellness: markt, doelgroepen en prijs	17
3.2.4. Detailhandel en horeca	19
3.2.5. Kantorenmarkt.....	20
3.2.6. Overige ruimten.....	22
3.2.7. Woningmarkt	22
3.2.8. Woningopbrengsten en verwerving: een verkenning.....	23
3.2.9. Conclusies	25
3.3. Referentieprojecten.....	26
3.3.1. Selectie van referentieprojecten.....	27
3.3.2. Referenties badplaatsen Nederlandse kust	27
3.3.3. Referenties buitenlandse kustplaatsen	32
3.3.4. Conclusies.....	35
3.4. SWOT Middenboulevard Zandvoort.....	36
3.4.1. Kansen voor Zandvoort.....	36
3.4.2. Bezoekersmotieven en sterke en zwakke punten.....	36
3.4.3. SWOT.....	37
3.4.4. Conclusies.....	38
3.5. Marktsценario's	38
3.5.1. Scenario's.....	38
3.5.2. Toeristisch potentieel wellness	41
3.5.3. Conclusies	42
3.6. Conclusies en marktadvies	43

3.6.1. Conclusies	43
3.6.2. Advies	46
4. Financiële analyse	49
5. Conclusies financiële analyse	50

1. Inleiding

1.1. *Achtergrond en vraagstelling*

De gemeente Zandvoort heeft haar ambities voor de toekomstige ruimtelijke-, economische en toeristische ontwikkeling van de zogenaamde Middenboulevard op lange termijn laten vastleggen en onderzoeken in een zogenaamd Ruimtelijk Functioneel Plan (RFP) en een Garantieplan.

Motivatie voor de opstelling van het RFP is met name gelegen in de discrepantie tussen feitelijke ruimtelijke- en functionele situatie en hetgeen de huidige tijd aan eisen stelt aan een hoogwaardige badplaats met een bovenationale uitstraling. De Middenboulevard is het deel van Zandvoort waar het dorp de zee raakt. Het is een stukje Zandvoort met een bewogen geschiedenis. In de loop van vele jaren zijn er verschuivingen geweest in het gebruik; oude tekeningen en foto's getuigen daarvan. De ontwikkelingen in de periode na de Tweede Wereldoorlog laten een steeds zwaarder accent op het wonen zien, terwijl vroeger de badfunctie centraal stond. Algemeen wordt erkend, dat de inrichting van de Middenboulevard verbetering behoeft. Velen spreken van een armoedige uitstraling, terwijl dit deel van Zandvoort juist vele bezoekers zou moeten trekken en binden.

In het kader van deze ambitie heeft de gemeente een zogenaamd Ruimtelijk Functioneel Plan Middenboulevard laten opstellen door het stedenbouwkundig bureau AWG. In aansluiting daarop heeft bbn adviseurs een grondexploitatie voor de plannen opgesteld. OPP is gevraagd om een second opinion op de grondexploitatie van bbn adviseurs te verrichten. De berekeningen van bbn adviseurs zijn gemaakt op basis van de mogelijkheden die het RFP in ruimtelijke- en stedenbouwkundige zin biedt.

In deze rapportage formuleert OPP haar inzicht in de haalbaarheid. Belangrijk onderdeel van de haalbaarheidsanalyse die door OPP is verricht is een onderzoek naar de markttechnische aspecten van de plannen.

Voor het marktaspect is gebruik gemaakt van de expertise van RIGO adviseurs.

In beginsel is de vraagstelling in twee onderdelen uit te splitsen:

- Vraag 1: Beoordeel de door bbn adviseurs opgestelde grondexploitatie;
- Vraag 2: Geef op basis van het marktonderzoek de visie van OPP bv. op de financiële haalbaarheid van het RFP.

1.2. *Aanpak*

De aanpak die gevolgd is om tot conclusies over de haalbaarheid te komen, behelst de volgende stappen:

Vraag 1

- Overleg met de gemeente Zandvoort in de fase van het opstellen van de offerte, aangevuld met ambtelijk overleg tijdens de voorbereiding en opstelling van de rapportage van de second opinion;
- Beoordelen van gehanteerde uitgangspunten, data en parameters door bbn adviseurs;
- Invoeren van de berekeningen van bbn adviseurs in het rekenmodel van OPP bv.;
- Overleg met bbn adviseurs over de bevindingen;

Vraag 2

- Laten opstellen van een marktanalyse (door RIGO) naar de afzetmogelijkheden van de diverse in de onderhavige deelplannen opgenomen functies. Dit onderzoek is onverkort weergegeven in hoofdstuk 3 van dit haalbaarheidsonderzoek;
- Op basis van het marktonderzoek bepalen van de financiële haalbaarheid van de plannen;
- Opstellen van financieel economische alternatieven (aanpassingen in planning, volgorde van planrealisatie enzovoorts);

- Samenvatten bevindingen, trekken conclusies en doen van de aanbevelingen;
- Rapporteren.

1.3. Gebruikte bronnen

Voor deze haalbaarheidsstudie is gebruik gemaakt van:

- Mondelinge input, verkregen tijdens de gesprekken op 17 oktober 2005 (Dhr. H. Hogendoorn en dhr. H.M. van Steveninck) en 4 november 2005 (dhr H.M. van Steveninck)
- Ruimtelijk Functioneel plan deel 2 versie 11 november 2004;
- Parkeerbalans Middenboulevard, door Twijnstra Gudde, dd 13 oktober 2004;
- Quickscan Relevante subsidieregelingen door bbn adviseurs, dd. 27 januari 2004;
- Toeristisch-economische functies Middenboulevard, opgesteld door de gemeente Zandvoort, niet gedateerd;
- Besluit van de gemeenteraad van Zandvoort dd. 9 juni 2005 registratienummer GF/2005/5056;
- Concept Grondexploitatie Middenboulevard Zandvoort opgesteld door bbn adviseurs dd 12 juli 2005;
- Grondexploitatie Middenboulevard Zandvoort, opgesteld door bbn adviseurs de dato 1 september 2005, rapportnummer 007, versie 002, werknummer 4075;
- Middenboulevard Zandvoort “Koers naar een kansrijke ontwikkeling” , “kort en bondig” dd. December 2004.
- Bespreking met bbn adviseurs dd. 10 oktober 2005 te Houten

1.4. Leeswijzer/opbouw document

In de navolgende hoofdstukken wordt ingegaan op:

- | | |
|-------------|--|
| Hoofdstuk 2 | Beoordelen grondexploitatie opgesteld door bbn adviseurs; |
| Hoofdstuk 3 | Marktonderzoek: vanuit de regionaal-economische ontwikkelingen, de marktanalyse, de ruimtebehoefte prognose en de concurrentieanalyse wordt – onderbouwd - gekomen tot een haalbaar geacht marktconcept. |
| Hoofdstuk 4 | Financiële analyse op basis van de marktanalyse en alternatieven ten aanzien van planning en concepten. |
| Hoofdstuk 5 | Samenvatting, conclusies en aanbevelingen. |

2. Beoordeling Exploitatie bbn adviseurs

In dit hoofdstuk beoordelen wij de door bbn adviseurs opgestelde grondexploitatie van 1 september 2005 werknummer 4075. Om de exploitatie te beoordelen hebben wij de volgende stappen doorlopen:

- 1) Analyseren van de basisgegevens; Hierbij hebben we onderzocht of alle kostensoorten en -dragers zijn opgenomen, beoordeling van de hoogte van de betreffende kosten en opbrengsten.
- 2) Toets van het gebruikte rekenmodel; Hierbij hebben we de door bbn adviseurs gehanteerde gegevens in het rekenmodel van OPP B.V. ingevoerd en de resultaten vergeleken.
- 3) Overleg met bbn adviseurs
- 4) Rapportage

2.1. Analyse basisgegevens

bbn adviseurs heeft in haar berekeningen gewerkt met de programmatische uitgangspunten die door het stedenbouwkundig bureau op basis van ruimtelijke analyses zijn opgesteld. Op basis van onder andere deze gegevens (programma) is een planning opgesteld voor de te realiseren planonderdelen.

bbn Adviseurs heeft de volgende kosten- en opbrengstensoorten onderscheiden:

- Verwerving (bestaande uit verwerving onroerend goed en garantieplan);
- Civieltechnische kosten;
- Plankosten;
- Kostendragers.

Verwerving

De verwervingskosten zijn door bbn adviseurs als volgt bepaald: daar waar mogelijk zijn ze gebaseerd op recente verkoopprijzen (marktwaaarde). Daar waar geen marktwaaarde voorhanden was, is de WOZ-waarde 2003 gebruikt. Incidenteel de WOZ-waarde 1999 gebruikt en is deze verhoogd met 25 %.

Wij achten dit een juiste benadering voor de fase waarin de plannen zich bevinden. Wij zijn echter van mening dat de gehanteerde 3 % als plankosten ((gemeentelijke) begeleiding) over de verwervingskosten aan de lage kant zijn. Ten aanzien van de hoogte van de kosten heeft bbn adviseurs verder aangenomen dat er 1 a 2 % bijkomende kosten in de door de gemeente aangegeven verwervingskosten zijn meegenomen. Dit is ons niet gebleken en wij zijn van mening dat het genoemde percentage tot 5 % zou moeten worden verhoogd.

Ten aanzien van de volledigheid van de gegevens merken wij op dat een aantal te verwerven panden niet zijn opgenomen in de inventarisatie van de gemeente Zandvoort. Van de gemeente Zandvoort hebben wij begrepen (4 november 2005) dat het hier samenvoegingen betreffen van twee of meerder panden waardoor enkele (huis)nummers niet meer bestaan. Het heeft ons bevreemd dat de samengevoegde panden op een gelijk niveau gewaardeerd worden als naastliggende panden die niet zijn samengevoegd. Een hogere verwervingswaarde lijkt noodzakelijk. *(Reactie bbn adviseurs: bbn adviseurs beschouwt dit als een verdere uitwerking van de gedane aannames.)*

Verder is het ons opgevallen dat enkele panden gedeeltelijk worden verworven. Uit het gesprek met bbn adviseurs van 10 oktober 2005 is ons gebleken dat de motivatie om te kiezen voor deze werkwijze met name is gelegen in overwegingen rond de financiële onderbouwing van de plannen. Wij zijn van mening dat dit risico's met zich meebrengt. Het is de vraag of panden wel gedeeltelijk kunnen worden aangekocht, zonder het plan inhoudelijk en kwalitatief geweld aan te doen. In de besluitvorming rond de plannen dient dit risico onderkend te worden. *(Reactie bbn adviseurs: de betreffende panden lijken geschikt voor*

een gedeeltelijke verwerving en sloop. Doel van gedeeltelijke verwerving en sloop is juist een kwaliteitstoename (doorsteek vanuit het oude dorp naar zee en herstructurering van de omgeving Palace-hotel), Dit brengt naar de mening van bbn adviseurs een gunstig effect teweeg voor zowel de lokale ondernemers als bewoners. Een mogelijke verhoging van het risico onderkennen zij niet, temeer omdat dit uitgangspunt met de gemeente Zandvoort is bepaald).

Ten aanzien van de planning wordt er vanuit gegaan dat de verwerving gemiddeld 2,5 jaar vóór de bouwrijpfase geschiedt. Gezien de vele te verwerven panden achten wij deze benadering in relatie tot het tijdelijk verhuren van panden onjuist. Nu al worden panden te koop aangeboden en verworven. Op zich is het mogelijk om de betreffende panden dan weer tijdelijk te verhuren, maar dan zou in de berekening gekozen moeten worden voor een langere periode van verwerving. In het geval van een planning voor de verwerving van 2,5 jaar voor het bouwrijp maken, zou er in onze ogen geen tijdelijke verhuuropbrengsten ingeboekt mogen worden. *(Reactie bbn adviseurs: voor de tijdelijke verhuur is een periode van gemiddeld 1,5 jaar per woning aangehouden, dus niet de volledige periode tussen verwerving en sloop. Bij een incidentele zeer vroegtijdige verwerving kan door tijdelijke verhuur compenserende inkomsten worden gegenereerd).*

Garantieplan

In het garantieplan is vastgelegd welke garanties en zekerheden de huidige bewoners en gebruikers van de Middenboulevard van de gemeente Zandvoort mogen verwachten. Bbn adviseurs heeft op basis van de zaken die in het garantieplan worden genoemd normatief een schatting gemaakt van de kosten die dit met zich meebrengt. De kosten die gemaakt worden betreffen direct aan de huidige eigenaren/gebruikers uit te keren kosten en kosten die gemaakt worden om het verwervingsproces zo soepel mogelijk te laten verlopen. Bij de direct aan eigenaren/gebruikers uit te keren kosten moet gedacht worden aan kosten van de afsluitprovisie van een nieuwe hypotheek, een bijdrage inde verhuis- en herinrichtingskosten, een bijdrage gedurende een zekere gewenningsperiode, eventuele te maken kosten in het kader van de Wet Voorziening Gehandicapten en een mogelijke regeling voor het compenseren van inkomstenderving voor bedrijven.

Voor de “indirecte kosten” moet gedacht worden aan kosten voor professionele ondersteuning en begeleiding, het verschaffen van een stadsvernieuwingssurgentieverklaring en een voorrangsregeling bij de toewijzing van nieuwbouw van woningen en/of bedrijfsruimten in het gebied van de Middenboulevard.

bbn Adviseurs heeft de bovenstaande regelingen financieel gekwantificeerd. Wij achten de daarmee gemoeide kosten juist ingeschat. Wel dient met name de regeling ter compensatie van inkomstenderving éénduidig uitgewerkt te worden. Deze compensatieregeling heeft een “open-eind-karakter” en de daarmee gemoeide kosten dienen strak gelimiteerd te worden. Verder is het onduidelijk in hoeverre hier juridische (plan)risico’s zijn meegenomen. Indien niet tot minnelijke verwerving kan worden gekomen dient er een titel te zijn op basis waarvan een onteigeningsprocedure kan worden gestart.

Civieltechnische kosten

bbn Adviseurs heeft de civieltechnische raming opgesteld aan de hand van het grondgebruik en de schetsen van AWG architecten. In de bouwrijpmaakkosten fase 1 zijn tevens de kosten van slopen van de gebouwen meegenomen. Verder is een PM post van € 250.00,== opgenomen voor het verleggen van kabels en leidingen. Uit informatie van de gemeente Zandvoort is gebleken dat de hoogte van deze PM post in overleg met de afdeling Civiele techniek van de gemeente (op basis van ervaringscijfers en een onderzoek naar mogelijke aanwezigheid munitie in het gebied) is vastgesteld. Gezien deze achtergrondinformatie achten wij de hoogte van deze post reëel.

In de motivatie van deze kosten wordt voorts aangegeven dat eventuele kosten van grond(water)verontreiniging zijn verdisconteerd in de aankoopwaarde. Hiermee wordt bedoeld dat, indien er vervuiling aanwezig is, dit de aankoopprijs met het bedrag dat nodig is voor reiniging van de vervuiling, zal verlagen. Is dit het geval dan is dit een reële benadering

Voor wat betreft de bouwrijpmaakkosten fase 2 is uitgegaan van en gesloten grondbalans. Verder is er geen rekening gehouden met eventuele opbrengsten voor het vrijkomende materiaal. Wel is rekening gehouden met het toepassen van grondverbetering in de cunetten.

Ten aanzien van het vervangen van 15 % van de riolering merken wij op dat dit in de praktijk vaak een hoger percentage zal zijn. Naar onze mening zouden deze kosten gedekt kunnen worden uit het gemeentelijke rioolfonds.

De kosten van woonrijp maken gaan voor de boulevard en de voetpaden uit van inrichting op een hoogwaardig niveau. De rijbanen en fietspaden worden zoveel mogelijk uitgevoerd in gebakken materiaal standaard I niveau. Voor de parkeerplaatsen is gerekend met zwarte betonstenen ingedeeld in standaard II niveau. Onduidelijk is wat wordt bedoeld met de zinsnede "zoveel mogelijk". *(Reactie bbn adviseurs: de zinsnede "zoveel mogelijk" is opgenomen omdat er situaties denkbaar zijn, bijvoorbeeld op de grens van de boulevard en het overige plangebied, waarin wegen en/of fietspaden in andere (hoogwaardige) materialen worden uitgevoerd).*

In de kosten zijn onder het hoofdstuk "nazorg en onderhoud" (opgesplitst in verharding en groen) kosten meegenomen voor extra onderhoud tijdens de bouw. De betreffende kosten zijn reëel.

In de opslagen zijn kosten voor overige kosten (beschikbaar stellen van kleine hoeveelheden materieel en personeel, stelposten voor kleine leveringen en diverse bijdragen CROW) en staatkosten (éénmalige kosten, uitvoeringskosten, algemene kosten en kosten winst&risico) opgenomen. De respectievelijke opslagen van 3% en 21% zijn reëel.

Voor onvoorziene kosten is een percentage van 15 % gehanteerd. Dit percentage is reëel.

Plankosten

Voor de plankosten wordt voor de verwerving, planontwikkeling en Voorbereiding en Toezicht uitgegaan van respectievelijk 3 %, 12,5% en 12,5%. Zoals eerder onder het kopje "verwerving" is aangegeven, achten wij het percentage van 3 % te laag en zijn wij van mening dat deze 5% zou moeten zijn. Hoewel het percentage van 12,5% voor voorbereiding en toezicht aan de lage kant is achten wij dit percentage gezien de omvang van de werken, haalbaar. Wel zijn wij van mening dat er percentage van 2 % aan organisatie- en administratiekosten moet worden meegenomen. Dit zijn kosten die gemaakt worden om benodigde (te ontvangen) subsidies tijdens het werk op de juiste manier te administreren. Verder vallen hieronder de kosten voor de organisatie van de PPS-constructie.

Tot slot achten wij het gewenst om voor de Public Relations en acquisitieactiviteiten een percentage van 3% van de verkoopopbrengsten als kosten mee te nemen. Deze kosten moeten gemaakt worden om het concept van "wellness" nationaal en internationaal te promoten, om zodoende de geplande opbrengsten te kunnen realiseren. *(Reactie bbn adviseurs: de opgenomen percentages dienen binnen bandbreedtes te worden geïnterpreteerd. Op herstructureringsprojecten kunnen percentages van 40% voorkomen. De opgenomen percentages zijn als taakstellend bedoeld. Dit standpunt draagt bij dergelijke herstructureringsopgaven een risico in zich).*

Kostendragers

Voor de opbrengsten heeft bbn adviseurs de te ontvangen grondopbrengsten bepaald. Hierbij is onderscheid gemaakt in grondopbrengsten ten behoeve van:

- de woningbouw en
- niet-woningbouw

Woningbouw

De woonfunctie is onderverdeeld in goedkope(re) (sociale)woningbouw (sector I) en vrije sector woningen (sector II). bbn adviseurs gaat uit van een grondopbrengst voor de sector I woningen van €20.000,== per woning en voor de sector II woningen van €76.250,== per woning. Wij achten het (mede op basis van het door Rigo verrichte marktonderzoek) mogelijk om voor de sector I woning een grondopbrengst van €30.000,== per woning en voor de sector II woning een grondopbrengst van €103.000,== te realiseren. *(reactie bbn adviseurs: de bovenstaande uitspraken zijn te globaal gesteld om inhoudelijk te kunnen reageren. De sector I woningen zijn mede bedoeld om een deel van de huidige bewoners de mogelijkheid te geven om terug te kunnen keren. De grondprijs van €76.250,== is een gemiddelde grondprijs voor de woning. Aanvullend voor de hierbij behorende v.o.n.-prijs van*

de woning, dient nog rekening te worden gehouden met de aankoop van een parkeervoorziening. Een maximale grondprijs zoals door OPP BV aangegeven, van € 103.000,- is ten opzichte van het gemiddelde op een aantal plekken mogelijk. De grondprijs hangt sterk af van het gekozen/te kiezen woonprofiel en moet nog per bouwvolume nader worden uitgewerkt. In zijn algemeenheid acht bbn adviseurs het in dit planstadium risicovol de maximale grondprijzen in de grondexploitatie op te nemen in plaats van een gemiddelde grondprijs).

Niet-woningbouw

Hieronder hebben wij aangegeven wat de grondprijzen zijn waarmee bbn adviseurs in haar grondexploitatie heeft gerekend. Op basis van het marktonderzoek van Rigo achten wij incidentele bijstelling van die cijfers voor de functie “zakelijk” mogelijk. In de laatste kolom van de onderstaande tabel geven wij aan welke bedragen wij haalbaar achten.

Functie	Grondprijs bbn adviseurs /m2 BVO	Grondprijs OPP BV /m2 BVO
Retail	700	700
Horeca	700	700
Zakelijk	200	220
Wellness	150	150
Casino	250	250
Hotel	225	225
Overig	150	150

Daarnaast heeft het marktonderzoek onzes inziens met name gevolgen voor het programma van de te realiseren functies. Omdat dit bij de beoordeling van de werkzaamheden van bbn adviseurs geen onderzoeksvraag is wordt daarover op deze plaats geen oordeel gegeven. In de hoofdstukken 4 en 5 zullen wij daarop nader ingaan.

Parkeren

Door AWG architecten is aangegeven dat er ca. 1.500 ondergrondse parkeerplaatsen (kunnen) worden gerealiseerd. bbn Adviseurs geeft in haar rapportage aan dat het nog zeer onduidelijk is op welke wijze deze parkeerplaatsen kunnen worden gerealiseerd. bbn Adviseurs heeft de eventuele kosten en opbrengsten buiten de financiële onderbouwing gelaten. Gezien de onzekerheden rond de mogelijkheden voor realisatie achten wij dit juist. De parkeerplaatsen bepalen echter in grote mate de kwaliteit van de plannen en vormen daarmee derhalve een risico voor de financiële haalbaarheid. Indien de 1.500 parkeerplaatsen niet, of niet kostendekkend kunnen worden gerealiseerd heeft dat een kwalitatieve dan wel een financieel effect op de plannen. *(Reactie bbn adviseurs: Ondanks dat wij de kosten en opbrengsten van het parkeren nog niet in de grondexploitatie hebben kunnen opnemen, is er wel getracht te sturen vanuit financieel oogpunt. Deze sturing heeft zodanig plaatsgevonden, dat het plan niet alleen kleinschalige parkeeroplossingen noodzakelijk maakt met hoge bouwkosten en verkoopprijzen. Bbn adviseurs heeft onderkend dat het parkeren nog niet volledig is uitgewerkt en vastgelegd in het Masterplan. In de grondexploitatie is vervolgens rekening gehouden met een budgettair neutrale situatie voor de parkeerfunctie. Dit houdt in dat, aanvullend op de gehanteerde grondprijs voor woningen en de daarbij behorende v.o.n.-waarde, een groot deel van de parkeerplaatsen bij de woningen worden verkocht. bbn Adviseurs de lokaliteit van de parkeerfunctie in het Masterplan en dus ook in de grondexploitatie).*

2.2. Toets rekenmodel

Om het rekenmodel van bbn adviseurs te toetsen hebben wij de door bbn adviseurs gehanteerde gegevens ingevoerd in het basisrekenmodel van OPP bv. Invoer van de gegevens gaf geen significante afwijkingen te zien. Wel was er per deelgebied een geringe afwijking van de netto contante waarde (NCW) te zien. De oorzaak hiervan kan vooral liggen in een andere periodieke berekening van de netto contante waarde (berekenen van de NCW per maand, kwartaal, halfjaarlijks of jaarlijks).

Zoals verwacht kan op basis van de bovenstaande aanpak geconcludeerd worden dat het rekenmodel van bbn adviseurs juist functioneert.

2.3. Overleg met bbn adviseurs

Nadat een eerste toets op de gegevens van bbn adviseurs door OPP bv was verricht is overleg geweest tussen OPP bv en bbn adviseurs. Dit overleg heeft plaatsgevonden op 10 oktober 2005 ten kantore van bbn adviseurs. Tijdens en direct aansluitend aan dat gesprek zijn een aantal openstaande vragen adequaat door bbn adviseurs beantwoord en konden de antwoorden bij de beoordeling van de berekeningen van bbn adviseurs meegenomen worden.

Verder heeft bbn adviseurs de mogelijkheid gekregen om te reageren op dat onderdeel van deze rapportage waar het de werkzaamheden van bbn adviseurs betrof. Op 28 november 2005 ontving OPP BV de schriftelijke reactie van bbn adviseurs via de elektronische mail.

In de voorgaande tekst is deze schriftelijke reactie verwerkt dan wel als opmerking bij onze tekst weergegeven.

Eindconclusie:

Wij beoordelen de door bbn adviseurs opgestelde grondexploitatie bij de geformuleerde opdracht als een reële financiële vertaling van het RFP. Zoals eerder aangegeven hebben wij bij de verschillende uitgangspunten wel enkele nuancerings aangeven.

3. Marktonderzoek RIGO

3.1. Inleiding

3.1.1. Kader en doel

De gemeente Zandvoort wil het gebied Middenboulevard (Badhuisplein, De Fauvageplein en Burg. van Fenemapplein) herontwikkelen tot een aantrekkelijk gebied met vooral recreatieve en woonfuncties in hoge dichtheid met meervoudig ruimtegebruik. De gemeentelijke ambities voor de Middenboulevard zijn vastgelegd in het Ruimtelijk Functioneel Plan (RFP) en een Garantieplan.

Het RFP is met name gemaakt omdat er discrepantie bestaat tussen de feitelijke zwakke ruimtelijke en functionele situatie van hét centrale gebied aan de kust en huidige eisen aan een hoogwaardige badplaats met een boven nationale uitstraling.

Met het RFP Middenboulevard wordt een gevarieerd bouwprogramma nagestreefd met vergroting van de appartementenwoningvoorraad en een thematische benadering van het toerisme ('wellness') met toevoeging van ruimte voor economisch toeristische bedrijvigheid en cultuur. Uitbreiding van het parkeerareaal in gebouwde voorzieningen maakt er ook onderdeel van uit.

OPP is door de gemeente Zandvoort benaderd om een second opinion uit te voeren ten aanzien van de herontwikkeling van de Middenboulevard. Voor de besluitvorming wil OPP onder andere inzicht hebben in de haalbaarheid van het programma in de markt, kwantitatief en kwalitatief. Een deel van het programma dient nader kwalitatief te worden uitwerkt (zoals de functie 'wellness').

OPP heeft RIGO Research en Advies gevraagd het marktonderzoek te verrichten.¹

¹ Het onderzoek is van de kant van OPP begeleid door Hans van Zwieten en Otto Kolthoff.

3.1.2. Uitwerking

Te onderzoeken functies

Het marktonderzoek richt zich op de functies in onderstaand programma voor de Middenboulevard. Het programma betreft voor het grootste deel wonen in appartementen (85.000 m2 BVO) en daarnaast ruim 32.000 m2 BVO commerciële functies waaronder bijna 10.500 m2 BVO 'wellnessvoorzieningen', die als de nieuwe trekker voor Zandvoort wordt gezien.

Programma RFP Middenboulevard in m2 BVO²

	Nieuw	Vervanging	Toevoeging
Appartementen	(473 woningen)	(120 woningen)	(353 woningen)
Retail	6.010	3.400	2.610
Horeca	1.470	830	640
Zakelijk	1.225		1.225
Wellness	10.415		10.415
Hotel	4.770	4.770	0
Casino	2.270	1.860	410
Overig	4.485		4.485

Opgemerkt dient te worden dat deze cijfers niet geheel eenduidig zijn. Er circuleren verschillende cijfers ten aanzien van nieuwbouw en vervanging van de functies. Voor het vervolg van de planontwikkeling is het van belang dat zekerheid ontstaat over de te hanteren cijfers.

Per functie zal de markt worden verkend, het gaat daarbij om de toekomstige markt vanaf circa 2010. Als vertrekpunt nemen we de huidige markt en trends in de afgelopen 5 tot 10 jaar. Voor de toekomst maken we enkele marktsenario's die met name verschillen naar mate van economische groei, maar ook naar doelgroepen op de toeristische markt. Trends in het verleden leveren ook een scenario, het trendscenario.

Het huidige casino zal als gebruiker in het RPF terug zal keren. Bij het marktonderzoek naar de appartementen (circa 470 eenheden nieuwbouw) moet ook rekening worden gehouden dat een deel van de huidige bewoners terug zal keren. De focus is dus vooral gericht op netto uitbreiding van appartementen in het plan, circa 353 appartementen (nieuwbouw 473 – 120 sloop).

De markt voor het gebouwd (betaald) parkeren wordt niet onderzocht. De opname hiervan volgt deels uit de markt voor de functies, maar is ook gerelateerd aan de badplaats als geheel, de overige (geplande en bestaande) parkeervoorzieningen en het parkeerbeleid.³ De parkeervoorzieningen kunnen mogelijk ook meer verdiept in de duinen worden aangelegd. Onduidelijk is of er dan meer bouwvolume voor andere functies kan ontstaan.

² Dit programma is ontleend aan: BBN, *Grondexploitatie Middenboulevard Zandvoort – fase Ruimtelijk Functioneel Plan*, Houten, 1 september 2005. Andere stukken hebben andere volumes in het programma's, zoals: Gemeente Zandvoort & Vesteda, *Middenboulevard koers naar kansrijke ontwikkeling - ontwerp RFP en Garantieplan*, december 2004.

³ De gemeente heeft enkele jaren geleden betaald parkeren ingevoerd in en rond het dorpscentrum en aan de kustboulevards. Aan de Noordboulevard buiten de bebouwde kom richting Bloemendaal aan Zee is bijna eenderde van het aantal parkeerplaatsen verdwenen door de komst van een busbaan en herinrichting van deze zone.

Ook is het onderzoek erop gericht de kwaliteit van de functies, waaronder met name wellness en 'overig' nader te bepalen. Onder "overig" wordt in het RPF verstaan economische functies en cultuur (zoals een museum of een galerie).

Het marktonderzoek is betrekkelijk gecompliceerd. Dat heeft niet alleen met een marktverkenning voor de toekomst op middellange termijn te maken. Wat ook meetelt is de matige positie van Zandvoort in de hogere segmenten van de markt voor wonen, tweede wonen en toerisme en de ambities voor een hoogwaardig gebied.

Een vernieuwende impuls kan met plannen voor de Middenboulevard tot stand komen. Belangrijke vragen zijn:

- ✚ Bieden de huidige doelgroepen van Zandvoort voor het hoogwaardige programma voldoende draagvlak? In hoeverre moet voor het programma in belangrijke mate nieuwe doelgroepen worden geworven?
- ✚ In welke mate moet het programma kwantitatief en kwalitatief nader worden toegespitst op de nieuwe doelgroepen?
- ✚ Is de schaal van het programma adequaat om daadwerkelijk voldoende nieuwe doelgroepen aan te trekken?

Mogelijk is ook dat het huidige programma vraagt om een doelgroepenmix, die in de praktijk niet kansrijk hoeft te zijn, omdat een doelgroep een ander afstoot. Zo kan de functiecombinatie casino-'wellness' mogelijk averechts werken. Ook zou het programma de levensvatbaarheid ook in de winter moeten kunnen doorzetten. Het 'wellness'programma zou daarvoor in het huidige voornemen de trekker moeten zijn.

Aanpak in stappen

Voor de aanpak van het marktonderzoek zijn de volgende stappen gevolgd:

- ✚ Trends in Zandvoort in afgelopen jaren en huidige markt (paragraaf 3.2.)
- ✚ Analyse referentieprojecten badplaatsen (paragraaf 3.3.)
- ✚ SWOT project Middenboulevard in relatie tot Zandvoort (paragraaf 3.4.)
- ✚ Marktscenario's (paragraaf 3.5.)
- ✚ (Conclusies en marktadvies paragraaf 3.6.).



3.2. Markt voor de functies in het project

Aan de hand van beschikbare gegevens, studies en gemeentelijke documenten brengen we de ontwikkelingen sinds circa 1995 tot nu in Zandvoort in kaart wat betreft wonen in appartementen, horeca, hotels, winkels, andere voorzieningen en toeristen naar herkomstgebieden en vorm van toerisme (dag, kort en lang verblijf). Daarbij spitsen we de

data- en bronnenanalyse toe op de huidige markt voor betreffende functies, zoals de markt voor appartementen, winkels, horeca, hotels en wellness.⁴

3.2.1. Typering badplaats Zandvoort in historisch perspectief

Zandvoort was voor de Tweede Wereld Oorlog een badplaats met allure van 19de eeuwse badplaatsarchitectuur, zoals ook Scheveningen. Voor beide plaatsen zorgden vooral de grote en middelgrote steden in het achterland voor klanten (dagtoerisme), evenals overig Nederland en Duitsland voor verblijfstoeristen. Na de Wederopbouw van beide badplaatsen heeft Scheveningen sinds de jaren 1970 een herontwikkeling doorgemaakt, waar Zandvoort nu pas ingrijpend mee wil beginnen.

Zandvoort heeft de afgelopen decennia vergeleken met Scheveningen een betrekkelijk bescheiden ontwikkeling doorgemaakt. De badplaats is te typeren als een badplaats voor modale huishoudens die doorwerkt in hotels, horeca, winkels enzovoort. Voorzieningen als het circuit en casino ondersteunen dit profiel meer dan dat andere doelgroepen er door worden aangetrokken (het casino had plannen om naar Haarlem te verhuizen). Het complex van recreatiewoningen met recreatiezwembad 'Gran Dorado' heeft ook weinig verandering in het doelgroepenprofiel gebracht.

Trendsetters uit Amsterdam hebben enkele jaren geleden het strand van Bloemendaal vrijwel geheel overgenomen (van gezinsstrand voor Haarlemmers naar jongeren strand), en zoeken inmiddels nieuwe locaties, zoals het IJmuidersstrand en Wijk aan Zee. Meer bemiddelde doelgroepen hebben het Noordwijkse strand gevonden. Noordwijk is betrekkelijk kleinschalig, maar wat betreft hoge inkomensgroepen de top van badplaatsen aan zee.

Al met al neemt Zandvoort als een van de grootste badplaatsen in ons land een betrekkelijk lage positie in de hiërarchie van badplaatsen naar sociale status en imago aan de Hollandse kust.⁵ De prijs van appartementen met zeezicht vormen ook een illustratie. In de prijsklasse tot € 325.000 is de vraagprijs circa € 2.500 tot € 3.000 per m² woonoppervlak. Op de Middenboulevard komen vraagprijzen van € 2.000 per m² ook voor (in de torenflat Palacegebouw en op het Burgemeester Van Fennemaplein bijvoorbeeld), deze woningen staan mogelijk echter op erfpacht.⁶ De jaren vijftig-zestig architectuur van Zandvoort langs de kust heeft weinig karakter. In eenvoud en matige uitstraling kan het evenwel slechter, de outfit van de badplaats van de Bollenstreek, de Langevelderslag is vijftiger jaren, in IJmuiden heeft de vernieuwing van het Zuiderstrand (Marinacomplex met voorzieningen en hotel Holiday Inn) nauwelijks uitstraling bewerkstelligd en maar weinig nieuwe doelgroepen aangetrokken. In Katwijk lijkt de tijd stil te staan.

Opvallend voor Zandvoort is ten slotte, dat het tot nu toe moeilijk lukt om ook buiten het zomerseizoen, vooral in de wintermaanden veel publiek te trekken.

3.2.2. Trends toeristische bezoekers in Zandvoort

Stabiele jaren met groei in verschiët?

Het toerisme is de afgelopen paar jaar in het kader van geringe economische groei betrekkelijk gestabiliseerd en deels licht afgenomen. In groei-jaren daarvoor is het aantal binnenlandse korte vakanties met name gegroeid.⁷

⁴ Onder andere: gemeente Zandvoort, *Zandvoort in economische en toeristische cijfers 2003 – bespiegelingen over economische en toeristische ontwikkelingen*, Zandvoort, augustus 2004.

⁵ Dat wil niet zeggen dat er geen voorzieningen en doelgroepen in hogere segmenten zijn. De Zandvoortse golfclub Kennemer Golf- en Countryclub bijvoorbeeld (een tweede golfbaan in de regio komt mogelijk in Aerdenhout).

⁶ In Zandvoort is ook een aantal toplocaties voor appartementen zoals aan de Zuidboulevard aan zee en duin met vraagprijzen van € 4.100 tot € 5.400 per m². De doorstroming is er echter vrij groot.

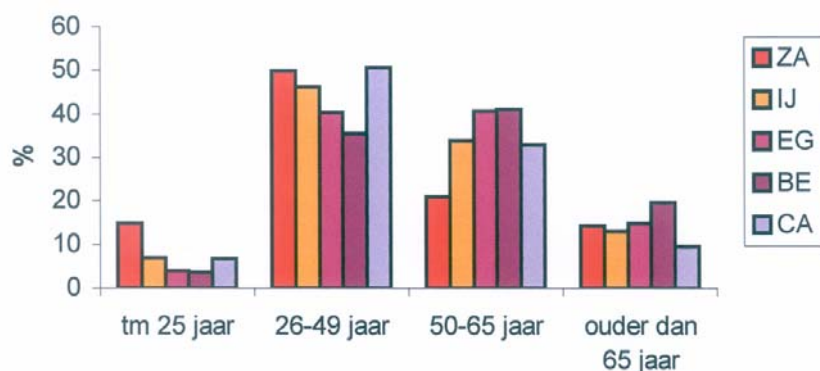
⁷ Gemeente Zandvoort, *Zandvoort in economische en toeristische cijfers 2003 – bespiegelingen over economische en toeristische ontwikkelingen*, Zandvoort, augustus 2004.

Er wordt meer toerisme verwacht in het kader van de vergrijzing. Deze zal in de toeristische sector echter minder zwaar doorzetten omdat vervroegde pensionering door overheidsbeleid fors wordt teruggedrongen. Op langere termijn zal dit proces echter zeker een gunstig effect hebben op het toerisme.

Relatief veel jongere bezoekers en gezinnen

Voor Zandvoort geldt nu echter dat er meer jongere doelgroepen worden aangetrokken; jongeren (in verband met uitgaan) en gezinnen. Ouderen zijn ondervertegenwoordigd. Maar voor het aantrekken van ouderen zijn er kansen, als voorzieningen en imago ook meer op die doelgroep worden gericht.

Figuur 3-1 Leeftijdscategorie van verblijfs- en dagtoeristen naar plaats (Zandvoort, IJmuiden, Egmond, Bergen en Callantsoog)



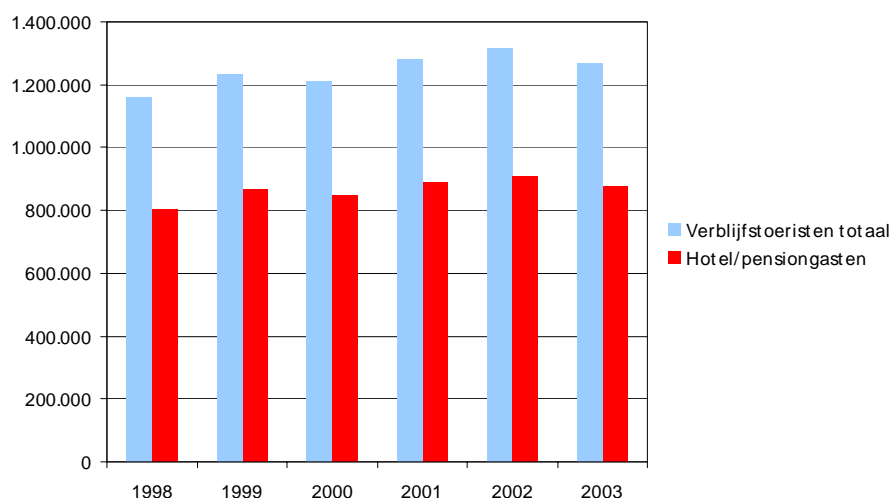
Bron: gemeente Zandvoort (2004)

In vergelijking met omringende kustplaatsen trekt Zandvoort relatief jonge bezoekers (vooral tussen 26 en 50 jaar). Bergen heeft de grootste groep ouderen. De gemiddelde bezoeker van Zandvoort heeft een leeftijd van 44 jaar.

Verblijfs- en dagtoerisme

In Zandvoort is het aantal verblijfstoeristen in 1998-2003 betrekkelijk stabiel. Enige groei houdt verband met het aantal mooie zomerse dagen. Lichte tendens tot groei is er bij hotels en pensions. Duidelijke groei is er bij campings (2001-2003) en strandhuisjes (2002-2003, dit kan ook een administratieve achtergrond hebben naast het aantal dagen mooi weer). Die groeisegmenten staan voor goedkopere vormen van verblijfstoerisme.

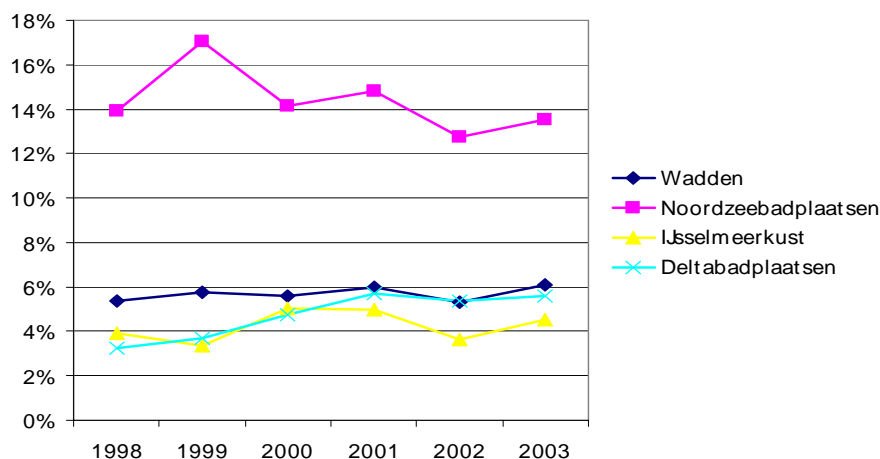
Figuur 3-2 Ontwikkeling aantal verblijfstoeristen en aantal hotel/pensioengasten in 1998-2003



Bron: gemeente Zandvoort (2004)

Het aantal verblijfstoeristen vertoont een vrij stabiel beeld van rond de 1,2 miljoen toeristen per jaar. Deze cijfers kunnen in perspectief worden geplaatst door de Noordzeepadplaatsen te vergelijken met de andere toeristische trekkers die ook over water beschikken (Waddeneilanden, IJsselmeerkust en Deltagebied).

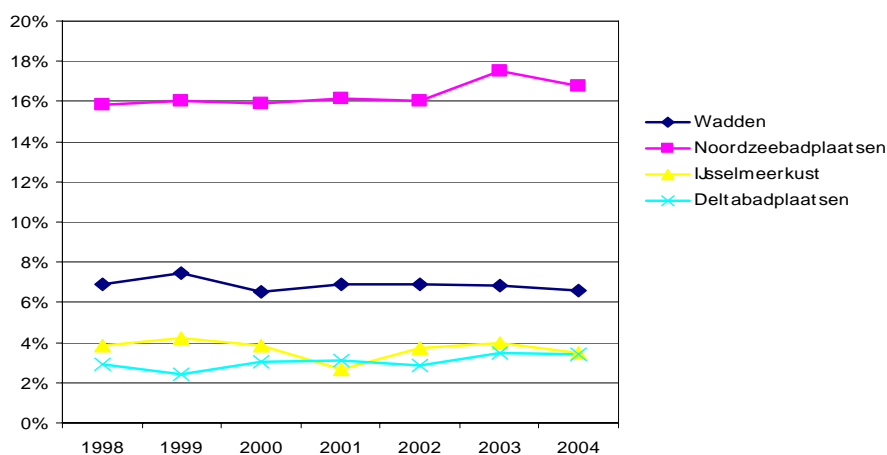
Figuur 3-3 Gebiedsaandeel betreffende Nederlandse toeristen die in Nederland op vakantie gaan



Bron: Gemeente Zandvoort

Bij het totaal aantal toeristen zien we dat het marktaandeel van de Noordzeepadplaatsen de laatste jaren daalt. Daarentegen laten vooral de Deltapadplaatsen (Zeeland) een stijging zien. Het beeld verandert als we alleen kijken naar het verblijfstoerisme.

Figuur 3-4 Gebiedsaandeel betreffende verblijfstoerisme in Nederland (zowel Nederlandse als buitenlandse toeristen)



Bron: CBS, Statline

Het aandeel verblijfstoeristen laat voor de Noordzeepadplaatsen een licht stijgende lijn zien. We zien ook dat de ontwikkeling van de Deltapadplaatsen maar een kleine plus kent. Blijkbaar kent het toerisme op de Wadden en in de Delta wel een stijgende lijn, maar vooral van dagtoeristen.

In absolute is het aantal verblijfstoeristen in Noordzeepadplaatsen stijgend. Aangezien het aantal verblijfstoeristen in Zandvoort vrij stabiel is, betekent dit dat het aandeel van Zandvoort in de Noordzeepadplaatsen daalt.

Het aantal dagtoeristen in Zandvoort is in 2001-2003 wel gegroeid. In deze periode is het totaal aantal dag- en verblijfstoeristen toegenomen van 3,5 miljoen in 2001 tot 4,3 miljoen in 2003 (een stijging van 22%), bij een betrekkelijk stabiel aantal verblijfstoeristen. Deze groei van circa ¾ miljoen dagtoeristen wordt vooral toegeschreven aan meer mooie zomerse dagen.

Van de bezoekers komt ruim 75% met de auto, 17% met de trein, 5% met de fiets en 1% met bus. Het aandeel auto is de afgelopen jaren licht gestegen ten nadele van de trein. Het aantal zoekers met de auto is meer gestegen dan die met de trein.

Andere ontwikkelingen, zoals die van horeca- en detailhandelvestingen wijzen er niet duidelijk op dat door het toegenomen dagtoerisme het draagvlak voor voorzieningen sterk is toegenomen (zie hieronder).

Tabel 3-1 Gebruikte vervoersmiddelen dag- en verblijfstoeristen Zandvoort, 2001-2003

	2001	%	2003	%
Auto	2.671.830	74%	3.382.359	78%
Trein	707.089	20%	749.654	17%
Bus	14.111	1%	11.991	1%
Fiets	182.364	5%	182.364	4%
Totaal	3.575.394	100%	4.326.368	100%

Bron: gemeente Zandvoort (2004)

Van Noord-Hollandse badplaatsen heeft Zandvoort naast een grote groep Nederlanders en Duitsers ook relatief veel Britten, Belgen, Luxemburgers en andere nationaliteiten. Kennelijk profiteert Zandvoort van de nabijheid tot de markt voor buitenlandstoerisme: Amsterdam.

Tabel 3-2 Herkomst verblijfsbezoek en dagbezoek Noord-Hollandse badplaatsen en bezoekers Zandvoort, juni-oktober 2003

	Verblijfsbezoek NH	Dagbezoek NH	Bezoek Zandvoort
Nederland	46%	72%	50%
Duitsland	45%	23%	34%
België Luxemburg	3%	2%	4%
Groot-Brittannië	2%	1%	4,5%
VS	0,5%	1%	2%
Overig	3,5%	1%	5,5%
Totaal	100%	100%	100%

Bron: gemeente Zandvoort (2004)

De grote groep Duitse toeristen is in belangrijke mate afkomstig uit Nord-Rhein Westfalen (70% verblijfsbezoekers Noord-Hollandse badplaatsen). Daar – het Roergebied - is de wellness-cultuur mogelijk minder ontwikkeld dan in andere delen van Duitsland. Maar dat hoeft niet te betekenen dat als Zandvoort wellness aanbiedt deze groepen daar geen gebruik van zullen maken. Wellness is in Duitsland beter bekend dan in ons land. Daarnaast wordt er relatief veel leisure/recreatie ontwikkeld in de oude mijngebieden. Dit kan mogelijk concurrerend worden voor Zandvoort.

Herkomst gebieden van Nederlandse toeristen betreffen alle provincies, maar relatief veel uit Noord-Holland, Zuid-Holland, Brabant en Limburg (verblijfstoerisme) en Utrecht, Groningen en Gelderland (dagtoerisme).

3.2.3. Wellness: markt, doelgroepen en prijs

De verwachting is dat de Nederlandse markt voor wellness, zowel medisch als recreatief, nog in de kinderschoenen staat. Wellness kan dus in Zandvoort positieve invloed hebben op wonen en verblijfsrecreatie en kent een jaarrond exploitatie. Daarnaast heeft het geen negatieve invloed op al bestaande activiteiten, zoals het circuit.

Voor regionale doelgroepen is er in het achterland de afgelopen paar jaar een aantal wellnessvoorzieningen ontwikkeld, zoals Duinlust (2004) te Bloemendaal en Thermen Ridderrode (2004) in Santpoort Zuid.

Voor Duits verblijfstoerisme georiënteerd op wellness is er buitenlandse concurrentie. Neem bijvoorbeeld de vele wellness-hotels in Borkum, een Duits Waddeneiland ten oosten van Schiermonnikoog. Deze kennen nog als doelgroep in belangrijke mate ouderen, de meeste hotels ademen nog de sfeer van vroege jaren.⁸ Wat op de achtergrond meespeelt is dat jongere doelgroepen (korte) vakanties meer buiten eigen land zoeken. Vooral Turkije is sterk concurrerend met weer en prijs (vier- en vijfsterren hotels daar doen ook wellness – zwembad, turksbad, sauna). Vooral de all-inclusive aanpak werkt voor Turkije z'n vruchten af. Center Parks in Nederland heeft ook veel klanten verloren die voor vergelijkbare bedragen ook een week naar Turkije kunnen. De nieuwe voorziening in Borkum (Gezeitenland) is mogelijk bedoeld als trekker voor nieuwe jongere doelgroepen.

Voor Zandvoort is er kans voor een wellness-programma. Scherpe prijsstelling van de voorziening en de andere toeristische producten in de badplaats is daarvoor belangrijk, vooral bij kort en langer verblijfstoerisme. In het voorjaar 2005 zijn er volgens VVV-Zuidkennemerland beduidend minder Duitse toeristen in Zandvoort geweest. Slecht weer tijdens vakantieweekenden was daar een factor voor. Daarnaast liggen de prijzen in Nederland hoger dan bij onze Oosterburen en loopt de Duitse economie minder goed. De Duitsers zouden ook, net als de Nederlanders, meer kiezen voor goedkope vliegvakanties. Het Duitse toerisme in Nederland is in 2004 met 5,5% afgenomen, waarbij ook de gemiddelde verblijfsduur is gedaald. Het NBTC heeft in Duitsland, met name Nord-Rhein Westfalen, een grote wervingscampagne gehouden. Het buitenlands verblijfstoerisme vertoonde in 2004 wel een groei met 3% dankzij de komst van meer toeristen uit de VS en Azië.⁹

Tabel 3-3 Bezoek mineraalbaden en kuuroorden (aankomsten in miljoenen) in Duitsland

	1997	1998	1999	2000	2001
Mineraalbaden	4,76	5,36	5,70	6,10	6,23
Kuuroorden	1,71	1,79	1,84	1,97	2,05
Totaal	6,46	7,15	8,07	8,07	8,28

Bron: ECORYS, Statistisch Bundesamt

De voorspelling is dat de markt voor wellness de komende jaren zal groeien, zowel kwalitatief als kwantitatief. Daarnaast groeit ook de belangstelling voor dit segment vanuit de zakelijke markt (incentives/check-ups). In badplaatsen (met uitzondering van Scheveningen) is er weinig wellness aanbod. Eerdere wellness-projecten in Nederland zijn betrekkelijk succesvol, zoals de Thermen in Nieuwerschans (Groningen) en Thermae 2000 bij Maastricht die na een goede start is doorontwikkeld met hotel en vergaderaccommodatie.

Volgens Ecorys is de verwachting voor Zandvoort dat wellness 120.000 tot 300.000 bezoeken per jaar kan genereren. Het is echter niet duidelijk in hoeverre er hierbij sprake is van nieuwe doelgroepen die zonder wellness Zandvoort niet zouden bezoeken of dat de bezoekers van Wellness voortkomen uit de bestaande groepen. De participatie van saunabezoek is de laatste jaren sterk toegenomen. In Zandvoort zelf bevinden zich twee sauna-aanbieders.

Een grootschalig thermencentrum zoals Thermae 2000 of Sanadome bestaat niet in Zandvoort en haar verre omtrek. Een dergelijk grootschalig thermencomplex kent volgens Ecorys een hotel met 120-140 kamers en heeft in totaal een oppervlakte van 20.000 tot 25.000 m² (inclusief hotel). Hier kunnen minimaal 150.000 bezoekers per jaar verwacht worden.

⁸ Niet alleen de Duitse Waddeneilanden, maar ook de Duitse badplaatsen aan de Oostzee hebben volop wellness-hotels. In het binnenland zijn er voorts vele thermale badplaatsen. Diverse hotelketens hebben vestigingen zowel aan de kust als in het binnenland (zoals Vier Jahres Zeiten en Steigenberger). Frankrijk heeft bijvoorbeeld circa 110 thermale badplaatsen.

⁹ Haarlem Dagblad, *Minder Duitsers naar Zandvoort*, 8 juli 2005

In het huidige programma (RPF) voor de Middenboulevard is voor wellness 10.415 m² opgenomen en een hotel met een omvang van 4.470 m², dit komt echter neer op uitsluitend vervanging en geen uitbreiding van de hotelomvang. Vergeleken met de marktmogelijkheden die Ecorys aangeeft is het programma voor de Middenboulevard dus veel kleiner.

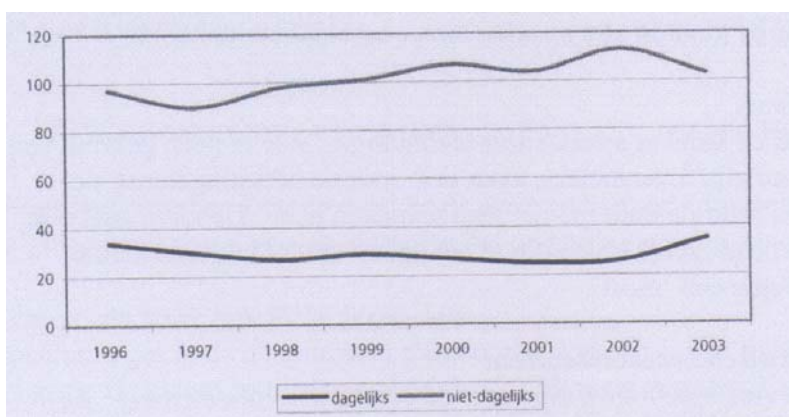
Bij door Ecorys genoemde te verwachten bezoekersaantallen voor wellness in Zandvoort is niet ingegaan op de vraag of wellness daarvoor self-supporting kan zijn. Trekt een wellnessvoorziening met hotel die bezoekersaantallen zelf aan, of dient deze daarvoor ingebed te zijn in een breder programma? Bij de analyse van referenties in paragraaf 3.3. gaan we daar nader op in.

3.2.4. Detailhandel en horeca

In 2003 telde Zandvoort 138 detailhandelsvestigingen. De toename ten opzichte van 1996-1997 betrof 7 vestigingen.

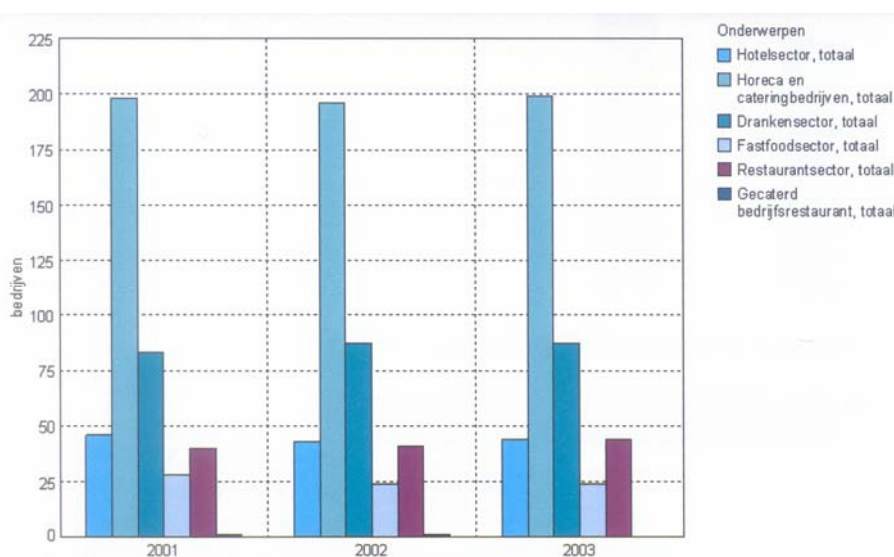
De detailhandel voor niet dagelijkse benodigdheden is met 103 vestigingen het grootst. Naar verhouding heeft Zandvoort een klein winkelapparaat in de niet dagelijkse sector vergeleken met gemeenten van eenzelfde inwoneraantal. Dat houdt zeer waarschijnlijk verband met het ontbreken van een duidelijk regionale winkelfunctie van Zandvoort. Er is alleen aan de oostkant een achterland met inwoners, maar die hebben eigen winkelapparaten, zoals Heemstede-Aerdenhout of Bloemendaal. Een deel van het Zandvoortse winkelapparaat leunt natuurlijk wel op het toerisme.

Figuur 3-5 Aantal detailhandelsvestigingen in Zandvoort in de dagelijkse en niet-dagelijkse sector (niet dagelijks is de bovenste lijn).



Bron: gemeente Zandvoort

Uit de ontwikkeling van het aantal detailhandelsvestigingen is geen duidelijke opgaande trend te destilleren, het aantal vestigingen (zowel dagelijks als niet-dagelijks) tussen 1996 en 2003 vrijwel gelijk gebleven. Uit de recent opgestelde Retailvisie voor Zandvoort blijkt dat de kansen voor Zandvoort vooral liggen op het gebied van niet-dagelijkse aankopen, mede in verband met het toerisme.

Figuur 3-6 Ontwikkeling hotelsector en overige horeca in Zandvoort

Bron: Bedrijfschap Horeca en Catering

Het aantal horecabedrijven is in 2001-2003 met 3 vestigingen gestegen tot 199 bedrijven in 2003 (1,5%). De vloeroppervlakte steeg in die jaren van 18.187 m² tot 19.286 m² (6%). Er is recentelijk vooral sprake van een schaalvergroting in de horecasector. Of dit in specifieke branches optreedt, kan niet uit het materiaal worden afgeleid. De toename van het aantal vestigingen betreft voor het aantal gecaterde bedrijfsrestaurants.

Voor zowel horeca als winkels in het programma Middenboulevard kan geconcludeerd worden dat extra doelgroepen nodig zijn om voor draagvlak te zorgen. Daartoe moeten wellness en andere programma's dienen.

3.2.5. Kantorenmarkt

In het Ruimtelijk Functioneel Plan is ruimte opgenomen voor 1.225 m² nieuwe kantoren (alles toevoeging aan de voorraad). Om de afzetmogelijkheden hiervan te onderzoeken, hebben wij gekeken naar de kantorenmarkt van de afgelopen jaren, een prognose voor de kantorenmarkt tot 2011 en referentiekantoren die op dit moment te huur aangeboden worden.

De vraag naar kantoren is behoorlijk afgenomen na de hausse van de jaren 1990. Ook door veel nieuwbouw is het percentage leegstand toegenomen. Daarmee is het nieuw ontwikkelen van kantoorruimte risicovoller geworden. In 2002 bestond in de agglomeratie Haarlem meer dan 90% van het kantooraanbod uit nieuwbouw, zo blijkt uit de Kantorenmonitor 2003.¹⁰

Nyfer laat in een prognose voor de kantorenmarkt 2001-2011 sterk regionaal verschillende groeipercentages op de kantorenmarkt zien.¹¹ Daarbij geldt een trend van verdere concentratie richting de Randstad. Binnen de Randstad is de verwachte groei hoger in de steden dan in de randgemeenten. Ook is de verwachting dat de Noordvleugel beter zal presteren dan de Zuidvleugel, met Amsterdam als de sterkste groeikern.

Voor de regio Haarlem (COROP 21) wordt voor de periode tot 2011 geen groei, maar krimp geprognosticeerd. Nu al is er in deze regio veel leegstand en de verwachting is dat de vraag niet groot genoeg zal zijn om het huidige aanbod te handhaven. Dit wordt onder andere veroorzaakt door een aantal grote kantoorprojecten die in de afgelopen jaren ontwikkeld zijn. Dit maakt het buitengewoon risicovol om in deze regio nieuwe projecten met kantoorruimte te ontwikkelen.

Op basis van de slechte marktvooruitzichten voor de regio Haarlem en het hoge percentage aangeboden nieuwbouw in de afgelopen jaren, kunnen we voor Zandvoort stellen dat het

¹⁰ NEPROM (2003), *Aanbodmonitor kantoren 2003*, Voorburg

¹¹ NYFER (2003), *Kijk op kantoren 2003*, Breukelen

ontwikkelen van veel nieuwe kantoorruimte tamelijk risicovol is. In de huidige markt is er in Zandvoort echter vrijwel geen aanbod van kantoorruimte. Gelet op beperkte omvang van de gemeente zal er in Zandvoort ook niet veel vraag zijn naar kantoorruimte.

In de afgelopen jaren is er voor Zandvoort geen aanbod en opname van nieuwe kantoorruimte geregistreerd in de jaarlijkse enquête Werklocaties van VROM.¹²

De geplande toevoeging van 1.225 m² nieuwe kantoorruimte in het Middengebied is betrekkelijk bescheiden van omvang. Afzet hiervan is mogelijk, met name voor de bestaande bedrijven in Zandvoort, die betere kantoorruimte zoeken. In plinten van gebouwen in het Middengebied zijn als winkelruimte bestemde ruimten voor een deel als kantoor in gebruik. Van circa 110 vestigingen van bedrijven in het plangebied zijn er naar schatting 40 vestigingen in de categorie zakelijke dienstverlening (adviesbureaus, uitzendbureaus ed) en overig.¹³ Dit zijn deels toekomstige afnemers van de nieuwe kantoorruimte.

Risico's zijn te beperken indien de kantoorruimte in de plint onder de woningen zijn opgenomen, zodat deze mogelijk kunnen worden omgezet in woon-werk-appartementen. De kantoreenheden zullen niet meer opleveren dan woonruimte.

Referentieobjecten voor een prijsschatting zijn in Zandvoort momenteel niet voorhanden. Gezien vergelijkbare locaties in Heemstede-Aerdenhout kan gerekend worden met een prijs van kantoorruimte van circa € 2.400 per m² BVO. Dit is momenteel een prijs voor het betere segment kantoorlocaties. In Haarlem Noord ligt de prijs voor kleinschalige kantoorruimte op € 1.400 tot 1.900 m² BVO.

De verwachting is dat de zakelijke markt in de komende jaren het sterkst zal groeien in de Noordvleugel van de Randstad, waarbij het zwaartepunt in Amsterdam zal liggen. Wanneer Zandvoort er in slaagt om de relatie met Amsterdam verder aan te halen en de gemeente aantrekkelijk te maken voor zakelijke klanten uit de regio Amsterdam (wellicht middels het thema wellness), dan kan de kleine kantorenmarkt in Zandvoort licht worden versterkt.

Tabel 2-4 Prognose kantoorbehoefte Noordvleugel in 2011

	1991	2001	Prognose 2011	Prognose toename	Prognose groei
In 1000 m²					
Groot-Amsterdam	4486,6	6303,1	7453,3	1150,1	18,2%
w.v. Amsterdam	3229,2	4374,7	5246,8	872,1	19,9%
Utrecht (Corop)	3137,6	4546,2	5206,3	660,2	14,5%
w.v. Utrecht	1427,2	1909,1	2442,5	533,5	27,9%
Het Gooi en Vechtstreek	573,7	815,4	857,3	41,8	5,1%
Flevoland	346,6	581,8	727,3	145,5	25,0%
Agglomeratie Leiden	435,2	552,4	589,7	37,3	6,8%
Oost-Zuid-Holland	347,6	486,4	589,5	103,1	21,2%
Agglomeratie Haarlem	409,3	452,2	443,3	-9,0	-2,0%
Zaanstreek	121,3	208,4	233,0	24,6	11,8%
IJmond	134,5	159,1	169,6	10,6	6,6%
Totaal Randstad-Noord	9992,3	14105,0	16269,2	2164,3	15,3%

Bron: NYFER (2003)

¹² Ministerie van VROM, DG Ruimte (2003 en 2004), *Werklocaties 2003 en 2004*, Den Haag

¹³ Onderzoek en Statistiek Haarlem (2004), *Onderzoek bedrijven Middenboulevard Zandvoort 2004*, Haarlem

Tabel 2-5 Prognose uitbreidingsvraag kantorenmarkt Noordvleugel voor 3 verschillende economische groeiscenario's tot 2011

	Scenario 1	Scenario 2	Scenario 3	Leegstand 2002
In 1000 m2	0,75%	1,00%	1,25%	
Groot-Amsterdam	994,0	1150,1	1309,7	1457,5
w.v. Amsterdam	772,6	872,1	973,9	1044,8
Utrecht (Corop)	538,9	660,2	784,2	665,7
w.v. Utrecht	478,0	533,5	590,2	326,4
Het Gooi en Vechtstreek	17,2	41,8	67,0	71,1
Flevoland	133,1	145,5	158,2	139,5
Agglomeratie Leiden	24,9	37,3	49,9	41,4
Oost-Zuid-Holland	90,9	103,1	115,6	59,9
Agglomeratie Haarlem	-13,5	-9,0	-4,3	29,3
Zaanstreek	17,6	24,6	31,8	14,3
IJmond	8,3	10,6	12,8	8,5
Totaal Randstad-Noord	1811,5	2164,3	2524,9	2487,2

Bron: NYFER (2003)

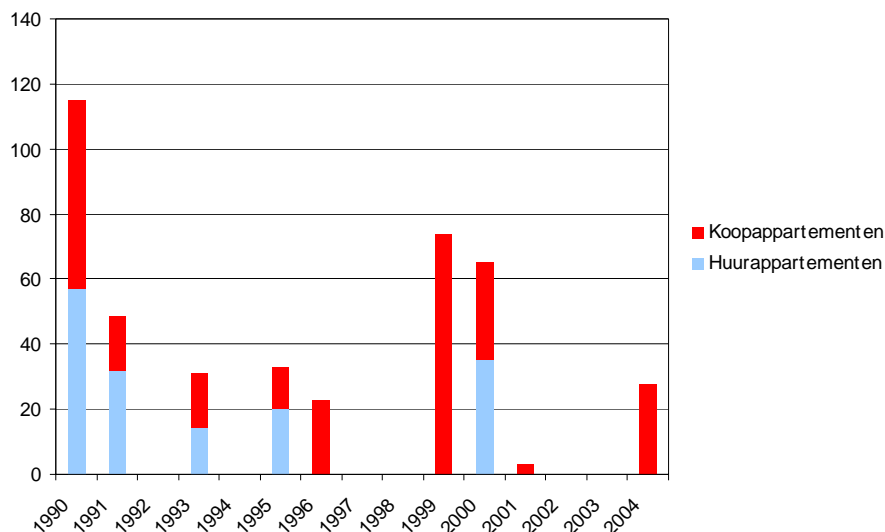
3.2.6. Overige ruimten

In het plan wordt ook 4.485 m2 voor overige functies gepland. Gedacht wordt aan economische functies en culturele functies zoals een museum of galleries. De markt hiervoor is moeilijk te verkennen. Met nieuwe doelgroepen zou een galerie of klein museum (dependance van het Rijks- of Stedelijk museum, tevens een nieuwe trekker) denkbaar zijn. De opbrengsten van deze functies zijn waarschijnlijk lager dan die van kantoorruimte. Flexibiliteit in gebruiksmogelijkheden is ook bij dit programma onderdeel van belang. Omzetting in woonruimte moet ook deels mogelijk zijn.

Een deel van dit oppervlak zou ook nodig kunnen zijn voor een klein theater (te koppelen aan een nieuw hotel, mede als gebruik voor conferenties), waarvoor ruimte nodig is van circa 1.600 tot 2.000 m2 (grondoppervlak 400 tot 500 m2 begane grond, zaal voor circa 200 personen, 4 lagen hoog). Voor een klein theater is bij andere functies de ruimte niet inbegrepen. De behoefte aan een theater komt in paragraaf 3.3 naar voren.

3.2.7. Woningmarkt

Het plan voorziet in een uitbreiding van het aantal appartementen met circa 350. Om inzicht te krijgen hoeveel nieuwe appartementen de markt per jaar kan opnemen brengen we de historische ontwikkeling in kaart met betrekking tot het aantal opleverde nieuwe koop- en huurappartementen in Zandvoort.

Figuur 3-7 Opleverde nieuwbouwappartementen in Zandvoort, 1990-2004

Bron: CBS, Statline

Over een periode van 15 jaar worden er gemiddeld 18 koop- en 11 huurappartementen opgeleverd. Incidenteel zijn er uitschieters waarbij meer dan 50 nieuwe koopappartementen worden gerealiseerd. Van de nieuwbouw in de afgelopen 15 jaar zullen niet alle appartementen de kwaliteiten kennen van de appartementen zoals die nu zijn voorzien. De verwachting is dan ook dat de marktopname op een hoger niveau kan liggen dan die van afgelopen jaren.

De inschatting is dat de markt, gezien de markt in de afgelopen jaren, een aantal van 350 appartementen kan opnemen in een periode van vijf tot tien jaar. Van dit programma zal slechts een beperkt deel tot het topsegment kunnen behoren (5 tot 10%). Over het algemeen zal het programma uit het bovengemiddelde appartementen bestaan (de appartementen dienen qua marktpositie immers niet te veel te verschillen met de marktpositie van Zandvoort als geheel).

Als de woningbouwplannen integraal met trekkers zoals wellness met wonen en ook zorgvoorzieningen worden ontwikkeld (waarmee nieuwe doelgroepen worden aangetrokken) en de appartementen voldoende kwaliteiten bieden dan is een kortere doorlooptijd van de marktopname mogelijk, van twee tot drie jaar. Nieuwe bovenlokale en bovenregionale doelgroepen zijn daarvoor nodig. Mogelijk gebruik als tweede woning moet daarbij niet worden belemmerd door gemeentelijke bepalingen dienaangaande.

3.2.8. Woningopbrengsten en verwerving: een verkenning

De gemeente Zandvoort verwacht dat het plan Middenboulevard in de grondexploitatie onrendabel zal zijn. Gezien het belang van de badplaats in regionaal en nationaal perspectief verwacht de gemeente dat er subsidies zijn te verkrijgen om het tekort (grotendeels) te dekken (bij het Ministerie van Economische Zaken e.d.). De subsidieweg kent een groot financieel risico. De lange looptijd van het project en de grootschaligheid van de ingreep behoren ook tot de risico's. Een deel van de (woon) bebouwing blijft staan. Om de leefbaarheid tijdens de verbouwing op een bepaald niveau te houden zullen extra voorzieningen moeten worden getroffen. Ook voor winkels e.d. die blijven zal er planschade zijn. Planschadeclaims zullen ook vanuit de blijvende flats komen en van woningen in de omgeving van het plan.

Het risico waar we hier op willen ingaan is dat van de opbrengsten van nieuwe appartementen in relatie tot de verwerving van benodigde woningen in het plan. Er worden circa 473 appartementen gebouwd en 120 woningen gesloopt.

De huidige vraagprijzen van woningen in het plangebied zijn € 2.000 tot € 3.000 per m2 GBO.

Verondersteld dat de gemiddelde woningen aan verwerving en extra uitkoop kosten € 250.000 bedragen; dan zijn de aankoopkosten € 30 miljoen.

De nieuwbouw levert aan opbrengsten VON € 2.500 tot € 4.000 per m2 GBO op.

In de huidige markt is gemiddeld € 3.000 tot € 3.500 mogelijk (inclusief parkeerplaats). Het is gemiddeld zeker niet allemaal 'top' wat er in het plan Middenboulevard getekend staat. Een deel van de nieuwbouw heeft weinig uitzichtkwaliteit (geen zeezicht) en de 'binnenterreinen' met duinfunctie hebben alleen kijkfunctie met risico onveiligheid van 'semi'openbare ruimte.

Voor de opbrengstpotentie zijn hiernaast nog twee factoren van mogelijke invloed. Als eerste is dit het te creëren wellness-aanbod: kan dit zorgen voor hogere vraagprijzen van de woningen. Ten tweede de ligging van Zandvoort nabij Amsterdam, hierbij geldt eveneens de vraag, kan dit zorgen voor meer opbrengsten. We gaan kort op deze twee aspecten in.

- Het realiseren van wellness zal leiden tot meer faciliteiten in de nabijheid van de appartementen en kan zorgen voor een verbeterd imago van het gebied. De mogelijkheden om tot hogere prijzen te komen op basis van wellness wordt beperkt ingeschat. Over het algemeen worden deze faciliteiten in de nabijheid wel gewaardeerd, maar zorgen ze voor weinig meerwaarde (qua v.o.n. prijs) ten opzichte van de kernkwaliteiten van Zandvoort (zee, strand en natuur) die veel bepalender zijn voor de prijs. Op basis van specifieke kwaliteiten zullen sommige appartementen een mogelijke prijs kennen van rond de € 4.000, echter er zullen ook altijd appartementen zijn die minder kwaliteit kennen en onder de € 3.500 dienen te worden gepositioneerd. Deze prijsniveaus zullen elkaar uitmiddelen en terecht komen rond de € 3.500 per m2 GBO.

Een verbeterd imago kan op termijn leiden tot hogere prijzen maar dit is in de huidige situatie minder relevant. Om de appartementen succesvol te kunnen afzetten dienen zij juist relatief concurrerend in de markt te worden gezet en niet ver boven de prijzen die nu gangbaar zijn in Zandvoort.

- Ook de nabijheid van Amsterdam en alle hierbij horende voorzieningen zal niet of nauwelijks leiden tot hogere VON-prijzen. Dit effect is immers al voor een groot deel opgenomen in de huidige prijzen die in Zandvoort gangbaar zijn. Het aspect van de nabijheid van Amsterdam kan weliswaar meer benadrukt worden, maar dit zal echter ten hoogste zorgen voor een versnelde afzet van de woningen en niet voor hogere von prijzen.

Uitgaand van gemiddeld 100 m2 GBO kan een VON-opbrengst bij 473 nieuwe woningen geschat worden met daarbij een deel voor de grondopbrengst met een quote van 30% tot 45%. Bij een VON van € 2.500 per m2 is de grondwaarde zelfs bij 30% te hoog om een kwaliteitsappartement te kunnen realiseren (rest maar € 1.750 voor de bruto bouwkosten incl. parkeerplaats). Uitgaande van bruto bouwkosten van € 2.200 per m2 GBO zijn is de grondopbrengst ook residueel berekend. In onderstaande tabel zijn varianten van VON-opbrengst doorgerekend.

Tabel 2-6 Schatting grondopbrengst woningbouw plan Middenboulevard (bedragen incl BTW)

VON-prijs per m2	VON opbrengst bij 100 m2 per appartement en 473 eenheden in € mln	30% grondquote in € mln	40% grondquote in € mln	Residueel bij bouwkosten incl garage € 2.200 per m2
4.500	213	64	85	109 (51%)
4.000	189	57	76	85 (45%)
3.500	166	50	66	62 (37%)
3.000	142	43	57	38(27%)
2.500	118	35	47	14(12%)

Bij een VON-opbrengst van € 3.500 per m2 zijn de verwervingskosten van € 30 mln afdoende te dekken. Er is dan nog marge over voor mogelijk hogere verwervingskosten. Bij een VON van € 3.000 komt de opbrengst al op het kantelpunt alleen al voor verwervingskosten.

Voor de grondexploitatie zijn er nog meer kosten te maken: indicatief € 25 mln.

- Sloop, bouw- en woonrijp maken, plankosten, rente daarover, totaal geschat op € 30.000 per woning, totaal 14 mln.
- Rente over verwerving: ca 7 miljoen mln.
- Planschade indicatief € 10.000 per woning die blijft staan in het plangebied (400 eenheden): € 4 mln.
- PM excessieve elementen, waaronder plankosten (meer dan 22% over kosten bouw- en woonrijp maken), planschade buiten plangebied, bodemvervuiling (bij naoorlogse wederopbouw is mogelijk bouwpuin in de grond gestort als fundering; aan de Zeeweg buiten de kom ligt een oud paviljoen dat gefundeerd is met puin van het circuit Zandvoort en dat vergt ruim een miljoen Euro aan bodemsaneringskosten bij een kavel van ca 900 m2); mogelijk asbestsanering in de gebouwen die worden gesloopt.

De totale grondproductiekosten komen dan uit op circa € 55 mln. (30 verwerving, 25 overig).

Bij een VON-prijs van € 3.500 per m2 is de verhouding kosten opbrengsten bij grondexploitatie al zeer kritisch. Gelet op de globale raming en pm posten is een tekort op de grondexploitatie bij de woningbouw te verwachten. Gemiddeld hogere VON-prijzen richting € 4.000 per m2 lijken moeilijk haalbaar.

De bouw van andere functies kan mogelijk een gunstiger verhouding in kosten en baten brengen. Maar ook daarvoor zijn investeringen nodig en grondprijzen daarvoor zullen zeker voor een deel van het programma aan de lage kant zijn in verband met aanboren nieuwe markt en wellnessfuncties.

Woningbouw is toch vooral de grote kostendrager.

3.2.9. Conclusies

Toerisme: het aantal verblijfstoeristen in Zandvoort is vrij stabiel. Het aandeel van verblijfstoeristen van de Noordzeebadplaatsen (ten opzichte van het totaal aantal verblijfstoeristen in Nederland) laat een lichte stijging zien. Dit wil in feite zeggen dat Zandvoort onvoldoende profiteert van een groei in verblijfstoerisme van de Noordzeebadplaatsen. Aan de andere kant biedt dit wel perspectief: Noordzeebadplaatsen zijn nog steeds aantrekkelijk voor dag- en verblijfstoerist, het is echter van belang dat Zandvoort hierbij beter op de kaart wordt geplaatst.

Detailhandel en horeca: in deze bedrijfstakken is geen groeitrend te ontdekken. Detailhandel en horeca lijken in omvang enigszins stil te staan.

Gezien de ontwikkeling in horeca en detailhandel en het toeristisch bezoek zijn er meer trekkers nodig om groei van het voorzieningenapparaat te bewerkstelligen. De huidige

trekkers hebben afgelopen jaren niet tot veel groei geleid. Uitbreiding van horeca en detailhandel is (naar verwachting) alleen mogelijk indien er nieuwe doelgroepen worden aangetrokken.

Wellness: een van de middelen om nieuwe doelgroepen te trekken is wellness. Voor wellness is in Zandvoort een duidelijke markt. Eerder onderzoek van Ecorys heeft hier ook op gewezen. Het programma van Ecorys betrof een wellnessvoorziening inclusief hotel. Dit programma werd in m2 BVO echter beduidend groter ingevuld dan in het programma voor de Middenboulevard. In het programma van Ecorys is het onduidelijk in hoeverre er bestaande dan wel nieuwe doelgroepen door wellness getrokken worden. Daarnaast suggereert het programma van Ecorys dat wellness self-supporting kan zijn. RIGO verwacht dat wellness deel dient uit te maken van een integraal programma, waarin meerdere faciliteiten een plaats krijgen.

Wonen: op basis van de historische ontwikkeling verwachten een noodzakelijke fasering van vijf tot tien jaar om 350 appartementen, die worden toegevoegd aan de voorraad, te kunnen afzetten. Als de woningbouwplannen integraal met trekkers, zoals wellness met wonen en ook zorgvoorzieningen, worden ontwikkeld (waarmee nieuwe doelgroepen worden aangetrokken) en de appartementen voldoende kwaliteiten bieden - meer dan het plan nu biedt - dan is een kortere doorlooptijd van de marktopname mogelijk, van twee tot drie jaar. Nieuwe bovenlokale en bovenregionale doelgroepen zijn daarvoor nodig. Mogelijk gebruik als tweede woning moet daarbij niet worden belemmerd door gemeentelijke bepalingen dienaangaande.

Kantoren: De geplande toevoeging van 1.225 m2 nieuwe kantoorruimte in het Middengebied is betrekkelijk bescheiden van omvang. Afzet hiervan is mogelijk, met name voor de bestaande bedrijven in Zandvoort, die betere kantoorruimte zoeken. In plinten van gebouwen in het Middengebied zijn als winkelruimte bestemde ruimten voor een deel als kantoor in gebruik. Risico's zijn te beperken indien de kantoorruimte in de plint onder de woningen zijn opgenomen, zodat deze mogelijk kunnen worden omgezet in woon-werk-appartementen. De kantoreenheden zullen niet meer opleveren dan woonruimte. De VON-prijs voor het betere segment kantoorlocaties is momenteel circa € 2.400 per m2 BVO.

Overige functies, zoals economische functies en een museum of galerie zullen naar verwachting geen autonome trekkers zijn van nieuwe doelgroepen, maar zullen zeker ondersteunend zijn voor het integrale programma. De markt hiervoor is moeilijk te verkennen. Met nieuwe doelgroepen zou een galerie of klein museum (bijvoorbeeld dependance van het Rijks- of Stedelijk museum, tevens een nieuwe trekker) denkbaar zijn. De opbrengsten van deze functies zijn waarschijnlijk vergelijkbaar met die van kantoorruimte. Flexibiliteit in gebruiksmogelijkheden is ook bij dit programma onderdeel van belang. Omzetting in woonruimte moet ook deels mogelijk zijn. Een deel van dit oppervlak zou ook nodig kunnen zijn voor een klein theater (te koppelen aan een nieuw hotel, mede als gebruik voor conferenties). De behoefte aan een theater komt in de volgende paragraaf naar voren.



3.3. Referentieprojecten

Wellness in het project Middenboulevard wordt als de voornaamste trekker gezien. Dit is operationeel te maken door te focussen op een "Kuur"bad, een thermaal bad waarbij gebruik wordt gemaakt van het schone Noordzeewater. Hieraan zijn sauna, fitness-, beautyvoorzieningen e.d. te koppelen, alsmede hotel en woonvoorzieningen. Daarmee zou Zandvoort een trekker kunnen hebben die in het laagseizoen ook lukt en die elders aan de Nederlandse kust ontbreekt.

Het project kan bijvoorbeeld ook actieve senioren als woondoelelgroep vanuit de Noordvleugel kennen die ook kunnen worden aangetrokken met wellnessvoorzieningen, maar tevens

beroep willen doen op zorgvoorzieningen (ouderen resort-formule). Belangrijk is ook welke andere voorzieningen bij dit concept behoren (theater, casino, musea etc.). Het concept kan ook worden gedacht in termen van een cruiseschip op de kust.¹⁴ Wat hoort daar allemaal wel niet bij?

Voor het marktonderzoek is de analyse van referenties dan ook een belangrijk onderdeel.

3.3.1. Selectie van referentieprojecten

Referentieprojecten in andere badplaatsen kunnen inzicht geven in kansrijke programma's en doelgroepen die daarvoor nodig zijn. We denken hierbij aan:

- ✚ Vlissingen waar een hoogbouw-boulevard aan de Westerschelde is ontwikkeld met appartementen, hotel enz, buiten het oude centrum.
- ✚ Scheveningen, de recentere ontwikkeling (wellness, cultuur, theater, musea) en komende plannen (bij de havens).
- ✚ Noordwijk aan Zee, badplaats voor de hogere inkomensgroepen.
- ✚ Egmond aan Zee, in omvang iets kleiner dan Zandvoort, maar toch een van de grotere badplaatsen in ons land.
- ✚ Bergen, badplaats achter de duinen met hoge status.

Via internet maken we scans van projecten en de programma's en nemen telefonisch contact op met een sleutelfiguur (beleidsmaker bij VVV of gemeente) om nadere toelichting. Hierbij focussen we op nieuwe appartementen aan de kust en nieuwe publiekstrekkende voorzieningen en hun doelgroepen.

Dat doen we ook bij enkele badplaatsen aan:

- ✚ de Belgische kust (zoals Knokke),
- ✚ de Franse Atlantische kust (bijvoorbeeld La Baule met Kuroordfunctie)
- ✚ Duitse waddeneilanden met Noordzee-Kuuroord-functie (Borkum).¹⁵

Bij deze buitenlandse referenties wordt alleen gekeken naar nieuwe voorzieningen, of bijzondere bestaande voorzieningen die Zandvoort nog niet heeft. Draagvlak voor betreffende voorzieningen wordt waar mogelijk achterhaald.

3.3.2. Referenties badplaatsen Nederlandse kust

Op basis van de websites van de verschillende gemeenten en vvv-kantoren is een vergelijking van verschillende badplaatsen in Nederland gemaakt. De belangrijkste daarbij zijn Vlissingen, Scheveningen, Noordwijk, Egmond en Bergen.

Het niveau van de voorzieningen in de verschillende plaatsen verschilt behoorlijk. Dit wordt niet alleen veroorzaakt door de verschillen in aantallen toeristen en doelgroepen, maar daarbij door het inwonertal. Een stad als Vlissingen of Den Haag-Scheveningen heeft vanzelfsprekend een hoger voorzieningenniveau dan een dorp als Bergen.

¹⁴ Er is een plan voor het afmeren van een cruiseboot bij NDSM-terrein Amsterdam Noord om deze te gebruiken als hotel. Er is naar informatie over dit plan gezocht, zonder succes.

¹⁵ Badplaatsen zoals Brighton aan de Engelse Zuidkust hadden geen programma met wellness en zijn dus niet nader bekeken.

Tabel 3-1 Inwonertal Nederlandse Noordzeebadplaatsen

	Inwonertal
Vlissingen	46.000
Scheveningen	52.000
Noordwijk	25.000 ¹⁶
Zandvoort	17.000
Egmond	12.000 ¹⁷
Bergen	14.000 ¹⁸

Attracties

Strand en zee zijn niet het enige dat een badplaats te bieden heeft; alle badplaatsen zijn daarnaast in mindere of meerdere mate voorzien van andere voorzieningen. Tabel 3.1 geeft een overzicht van deze attracties.

¹⁶ Verdeeld over de kernen Noordwijk-Binnen en Noordwijk aan Zee

¹⁷ Verdeeld over de kernen Egmond-Binnen, Egmond aan den Hoef en Egmond aan Zee

¹⁸ Verdeeld over de kernen Bergen en Bergen aan Zee

Tabel 3-2 Attracties in Nederlandse Noordzeepadplaatsen

	Vlissingen	Scheveningen	Noordwijk	Egmond	Bergen	Zandvoort
Theater	Arsenaaltheater	Circustheater	Theater			
Casino	Funtastic Casino	Holland Casino				Holland Casino
Bioscoop	Cine City	Omniversum				Bioscoop
Amusementscentrum	Carroussel Cue Action					Circus Zandvoort
Museum	MuZEEum	Museum Beelden aan Zee Zeemuseum Madurodam Museumschip	Stadsmuseum		Musea Ateliers	
Historie	Fort Rammekens het Arsenaal					Zandvoorts Museum
Maritiem		Jachthaven				
Wellness	Thermen/Beautycentrum	Vitalizee	Wellness-hotels	Beauty- en Kuurcentrum		Sauna
Sport	Zwembad Midgetgolfbaan Kanovijver	Bungyjump Center Sportduiken Surfplankverhuur	Midgetgolfbaan Zwembad Golfbaan Bowlingcentrum	Zwembad Midgetgolfbaan		Zwembad Surfplankverhuur Catamaranver- huur Golfbaan
Dieren	Reptielenzoo	Sea Life			Zeeaquarium	
Overig		Boulevardtrein De Pier				Circuit

De belangrijkste voorzieningen in Zandvoort zijn het Circuit en het Casino. Verder zijn er nog het Zandvoorts Museum – een klein dorpsmuseum – een zwembad (Center Parcs) en een amusementshal (Circus Zandvoort).

Scheveningen, Noordwijk en Vlissingen hebben duidelijk meer voorzieningen. Scheveningen heeft, naast natuurlijk de voorzieningen van Den Haag in de directe nabijheid, een zeeaquarium (Sea Life) en het bekende circustheater. Ook is er een vestiging van Holland Casino. Noordwijk heeft een aantal luxe hotels met wellness/beautyvoorzieningen. Vlissingen heeft de bioscoop Cine City (waarin jaarlijks het Film by the Sea-festival wordt georganiseerd), een aantal attracties rond het thema ‘maritiem’, zoals het Arsenaal en het MuZEEum. Daarnaast is er een amusementscentrum, een casino en een theater.

In Egmond en Bergen zijn minder voorzieningen aanwezig. Egmond heeft een beautycentrum, Bergen heeft een klein zeeaquarium en heeft daarnaast de uitstraling van een kunstenaarsdorp, met ateliers, musea en tentoonstellingen.

Wellness

Het wellness-concept, waar Zandvoort zich op wil richten bij het vernieuwen van de middenboulevard, is ook aanwezig in Noordwijk, Scheveningen en Egmond; Zandvoort zal met het Palace-hotel zeker geen unieke voorziening aan de Noordzeekust bieden. Scheveningen heeft het wellness/kuuroord Vitalizee (www.vitalizee.nl), Noordwijk heeft een aantal vijfsterrenhotels – het Palace Hotel en Grand Hotel Huis ter Duin – met wellness- en

beautyvoorzieningen (www.palacehotel.nl en www.huisterduin.nl). Egmond heeft een beautycentrum in hotel Zuiderduin, zij het dat dit laatste centrum kleinschaliger van karakter is.

Van deze wellness-centra is Vitalizee in Scheveningen de enige die publiek toegankelijk is; de overige zijn gebonden aan hotels. Wanneer Zandvoort een wellness-centrum aan zee zou beginnen, zou dit centrum met name de concurrentie aan moeten gaan met Vitalizee in Scheveningen. Andere wellnesscentra in de omgeving, zoals Duinlust in Bloemendaal, missen de voordelen van de nabijheid van de Noordzee.

Om tot een idee te komen van wat voor faciliteiten wellnessvoorzieningen aanbieden is onderstaand overzicht samengesteld.

Tabel 3-1 Voorzieningen binnenlandse en buitenlandse Wellnesscentra

Well-ness centra	Gezeitenland (Borkum)	Vitalizee (Scheveningen)	Palace Hotel (Noordwijk)	Huis ter Duin (Noordwijk)	Hotel Zuiderduin (Egmond aan Zee)	Thalgo (La Baule)	Relais Thalasso (La Baule)	Thalassa (Touquet Paris Plage)
Bij hotel	Nee	nee	ja	Ja	Ja	Ja	nee	ja
Kapsalon	Nee	nee	ja	Ja	Nee	nee	nee	ja
Beauty	Ja	ja	ja	Ja	Ja	Ja	ja	ja
Massage	Ja	ja	ja	Ja	Ja	Ja	ja	ja
Zeewater	Ja	nee	nee	Nee	Nee	Ja	ja	ja
Sauna	Ja	ja	ja	Ja	ja	Ja	ja	ja
Zonnebank	Ja	ja	ja	Ja	ja	Ja	ja	ja
Eigen strand	Ja	nee	nee	Nee	nee	nee	ja	ja
Zwembad	Ja	ja	ja	Ja	ja	Ja	ja	ja
Medische faciliteiten	Nee	nee	nee	Nee	nee	Nee	ja	ja

Als we kijken naar de Nederlandse centra zien we dat daar drie voorzieningen ontbreken te weten zeewater, een eigen strand en medische faciliteiten. Het aanbieden van een of meerdere van deze drie zaken kan ervoor zorgen dat er voor Nederland een uniek aanbod wordt gecreëerd.¹⁹

Evenementen

Naast de permanente attracties worden er steeds evenementen georganiseerd. Deze evenementen zijn vaak een korte (maar hevige) impuls voor het lokale toerisme. Daarnaast kunnen zij dienen als kennismaking met de gemeente en ervoor zorgen dat potentiële toeristen later terug komen. Tenslotte kan publiciteit over het evenement dienen als promotie voor de badplaats en eraan bijdragen dat potentiële toeristen de badplaats gaan bezoeken (ook al hebben zij niet het evenement bezocht).

In aantal evenementen doet Zandvoort niet onder voor de andere badplaatsen, uitgezonderd Scheveningen. Grofweg worden er in Zandvoort race-evenementen, klassieke concerten, muziekfestivals en sportevenementen georganiseerd. Ook de georganiseerde wandeltochten over het strand en de traditionele jaarmarkten en kermissen behoren tot het repertoire. Wanneer we beter kijken naar de verschillende evenementen, dan blijkt dat geen daarvan (uitgezonderd de evenementen rond het circuit) voldoende allure heeft om een grote groep toeristen aan te trekken. Qua klassieke concerten heeft Bergen veel meer te bieden, de Zandvoortse muziekfestivals – Salsa Festival, Classic Rock Festival, Jazz behind the Bar – lijken zich qua publiek vooral te richten op de lokale markt of op de toeristen die er toch al zijn. Ook de

¹⁹ Om een indruk van de grootte van de verschillende wellnesscentra te geven is een aantal foto's van zwembaden in deze centra opgenomen in paragraaf 3.3.3.

sportevenementen – uitgezonderd de evenementen rond het circuit – hebben geen van alle de status van de Siemens Open (Tennis, Scheveningen) of de TNT Dutch Open (Golf, Noordwijk).



Tabel 3-2 Evenementen in Nederlandse badplaatsen

	Vlissingen	Scheveningen	Noordwijk	Egmond	Bergen	Zandvoort
Sportief	Strandvrijdagse	Beachvolleybalcircuit Siemens Open	Beachvolleybaltoernooi TNT Dutch Open Strandwandelingen Harddraverij	Natuurwandeling Nordic walking Badgastentennis-toernooi Strandloop	Beachvolleybaltoernooi Natuurwandeling	Roeirace Zwemvierdaagse Dartstoernooi Jeu de Boules toernooi
Cultuur	Small Sail	Zeebeestententoonstelling Lion King Beelden aan de Zee Boulevard Gallery	Bloemencorso Boekenfeesten Straattheater	Zomerexpositie Stadswandeling	Natuurexpositie Kunstmarkt	Kunst aan de Kust Beeldhouwen aan zee
Feest / Festival	Straatfestival	The way of love festival iPod beachparty	Oldtimer festival parties in bar-dancing the Champ	Loop naar de pomp Egmond op z'n kop Caribbean Night		Festival of Speed Jazz behind the Bar Salsa Festival
Muziek	Natuurwandelingen	Concertenreeks Jazz & Dixieland Days Scholtenpop	Orgelconcerten Klassieke concerten Coverbandfestival	Jazz & Bluesweekend Orgelconcerten Smartlappen Weekend	Jazz & Sail Masterclasses Klassieke Muziek Klassieke concerten	Classic Rock Festival
Film	Film by the Sea					Klassieke concerten
Traditioneel	Ringrijden Jaarmarkt Midzomernachtmarkt		Braderie Toeristische Zomermarkt	Weekmarkt Braderie		Braderie Zomermarkt
Fun	Kermis	Boulevardcircus	Circus Oranjefeesten Zomerkermis	Grote Kermis Bokbier Weekend		Zandvoort Alive Karaoke Beachbikiniwedstrijd
Overig	Motor Strandcross Fortenmaand	Zomervuurwerk-serie Vuurwerk Festival Yoga op het Strand	Vuurwerk	Open dag reddingboot en vuurtoren Visserijdag Activiteitendag	Strandjutten	

3.3.3. Referenties buitenlandse kustplaatsen

Attracties

Het Duitse waddeneiland Borkum heeft als belangrijkste attracties zee, strand en wellness. Er zijn diverse wellness-hotels en in augustus 2005 wordt een nieuw openbaar wellnesscentrum – Gezeitenland – geopend. Dit nieuwe centrum staat in een lange traditie van kuuroorden en gezondheidscentra op het eiland. De meeste voorzieningen op het eiland zijn gericht op de kuur- en wellness-functie.



Plattegronden van het centrum Gezeitenland

Aan de Belgische kust bevinden zich 14 badplaatsen, alle met een eigen karakter. In deze serie badplaatsen heeft Knokke (- Heist) het imago van de grote, mondaine badplaats. Als belangrijkste attracties naast het strand worden het casino, het cultuurcentrum, de winkelstraat, natuurgebied het Zwin en internationaal bekende galerieën. Ook historische overblijfselen van de Atlantikwall vormen een bekende attractie aan de Belgische kust.

Le Touquet wordt ook wel Paris-Plage genoemd; de badplaats is dichtbij Parijs gelegen. De plaats heeft een groot en divers aanbod van voorzieningen: casino's, beautycentra, galerieën, een zwemparadijs, een bioscoop en een jachthaven. La Baule is een redelijk grote toeristische badplaats aan de Atlantische kust. Er zijn twee wellness-centra, een casino en nog diverse

andere attracties. Het lijkt er echter op dat de aantrekkingskracht van deze badplaats niet hoeft te komen van één van deze voorzieningen, maar dat de combinatie strand-zee-zon voldoende basis is om toeristen aan te trekken.

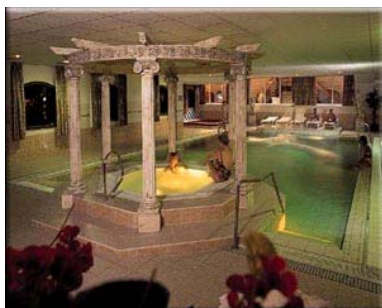
Wellness

Duitsland en Frankrijk kennen allebei een vrij uitgebreide wellness-cultuur. België heeft dit veel minder, zodat de weinige wellness-centra die aan de Belgische kust te vinden zijn, over het algemeen bestaan uit niet meer dan een sporthal met een zwembad en eventueel een fitnessleraar erbij.

In Duitsland zijn verschillende hotelketens actief op wellnessgebied. Op het eiland Borkum staan twee van deze hotels, het strandhotel en het eilandhotel "Vierjahreszeiten". Ook enkele kleinere hotels hebben wellnessvoorzieningen.

In aanbouw op het eiland is "Gezeitenland", een groot, niet aan een hotel gekoppeld wellness-centrum. Dit centrum heeft verschillende zwembaden, sauna's, beautycentra en massagevoorzieningen.

Ook in Frankrijk is het wellness-concept bekend. Een groot aantal Atlantische en Mediterrane badplaatsen beschikt over tenminste één wellness-centrum, al dan niet gekoppeld aan een hotel. De grootte van deze centra verschilt behoorlijk: het centrum in Le Touquet is bijvoorbeeld aanmerkelijk groter dan het wellness-centrum "Relais Thalasso" in La Baule.



Zwembad Hotel Zuiderduin
(Egmond aan Zee)



Zwembad Gezeitenland (Borkum)



Zwembad Palace Hotel (Noordwijk)



Zwembad Relais Thalasso (La Baule)



Zwembad Accor Thalassa (Le Touquet)



Zwembad Bloso Sauna (België)

3.3.4. Conclusies

Uit het bovenstaande overzicht van referentiebadplaatsen kan een aantal conclusies worden getrokken. Als eerste kunnen we concluderen dat het nieuw te bouwen Zandvoortse wellnesscentrum niet uniek in Nederland is. Daarnaast lijkt de vergelijking met buitenlandse badplaatsen erop te wijzen dat “wellness” slechts zelden in staat is om zelfstandig de dragende pijler te zijn voor de toeristische aantrekkelijkheid van een badplaats.

Wellness niet uniek in Nederland

Het wellness-concept is niet uniek in Nederland. Er zijn aan de Nederlandse kust op dit moment al wellness-centra in Scheveningen, Noordwijk aan Zee en Egmond aan Zee. Dit betekent niet dat het nieuw te bouwen wellness-centrum in Zandvoort niets toe te voegen heeft aan het aanbod van wellness-voorzieningen aan de Nederlandse kust. De centra in Noordwijk en Egmond aan Zee zijn alle verbonden aan bestaande hotels en niet publiek toegankelijk. Daarmee zou een publiek toegankelijk wellness-centrum in Zandvoort slechts de concurrentie van Scheveningen naast zich moeten dulden.

Voor de precieze invulling van het wellness-concept in Zandvoort moet goed onderzocht worden welke voorzieningen aanwezig moeten zijn om een concurrerend aanbod te kunnen leveren. Medische of paramedische voorzieningen of het gebruik van Noordzeewater voor de baden zijn allen zaken die nu nog niet worden aangeboden. Hiermee zou Zandvoort zich met wellness kunnen onderscheiden.

Wellness een van de dragers voor toerisme

Uit de buitenlandse referentiebadplaatsen blijkt dat alleen Borkum voor het toerisme leunt op de wellness-voorzieningen. Het eiland heeft een lange geschiedenis van kuuroorden en gezondheidscentra, waar het concept wellness naadloos op aansluit.

De andere onderzochte badplaatsen die wel beschikken over een wellness-centrum, lijken echter geen van alle afhankelijk van deze voorziening voor hun toeristische aantrekkelijkheid. La Baule presenteert zich als het mooiste strand van Europa, als een gezellige stad aan de Atlantische kust met een mooi strand en ook twee wellness-centra. Le Touquet Paris-Plage heeft een uitgebreid en divers aanbod van voorzieningen, waarvan het wellness-hotel slechts een klein deel uitmaakt.

Waarschijnlijk kan het wellness-concept Zandvoort wel aantrekkelijk maken voor een nieuwe doelgroep; het toerisme zou daarmee wel een impuls krijgen door het herstructureren van de boulevard rond het wellness-concept. Om de desbetreffende doelgroepen sterker te binden, zouden voorzieningen voor actief bezig zijn – golf, tennis, wandelen – en gezond en lekker eten belangrijke aanvullende faciliteiten zijn. Casino, theater, museum zouden andere goede aanvullende faciliteiten zijn.

Richtingen voor Zandvoort

Kansen voor Zandvoort zullen naar verwachting vooral voordoen in een combinatie van faciliteiten, het huidige aanbod aan faciliteiten biedt geen kansen voor groei. Wellness kan hierbij een belangrijke rol spelen, waarbij het van belang is unieke zaken aan te bieden. Eerder is al genoemd dat het hierbij vooral gaat om (para) medische voorzieningen en Noordzeewater.

Met name dient ingezet te worden op een combinatie van activiteiten (een integraal programma) voor bezoekers. Hierbij kan gedacht worden aan een theater met voorstellingen voor een breed publiek (op dit punt is Scheveningen met het Circustheater sterk). Bijkomend voordeel is dat theaterbezoekers vaker een verblijf aan de voorstelling zullen koppelen. In de sfeer van arrangementen dient ook aansluiting te worden bij het casino en kwaliteitsrestaurants. In de huidige perceptie van Zandvoort is het natuuraspect (eventueel in combinatie met de golfbaan) nog onvoldoende belicht. Ook dit kan meer betrokken worden bij de activiteiten die Zandvoort kan aanbieden.

Hierbij ontstaat een formule waarbij Zandvoort op de volgende faciliteiten kan steunen: wellness en natuur (eventueel gekoppeld met golf), casino, theater, museum en kwaliteitsrestaurants, aangevuld met passende evenementen. Deze combinatie kan er toe bijdragen dat gasten sneller geneigd zijn een of meerdere nachten te verblijven, en dat men vaker een dagtocht naar Zandvoort doet, ook in het laagseizoen.

3.4. SWOT Middenboulevard Zandvoort

Op basis van voorgaande stappen en een locatiebezoek maken we een SWOT-analyse van het project Middenboulevard in relatie tot de Zandvoort als bad- en woonplaats. Stedenbouwkundige aspecten van het plan Middenboulevard worden hierbij ook meegenomen.

3.4.1. Kansen voor Zandvoort

Kansen voor upgradering van Zandvoort, de Middenboulevard in het bijzonder, in de toekomst zijn er zeker. Vlak aan de Hollandse kust mag weinig meer worden toegevoegd. In aanbod is er weinig concurrentie in de buurt (hoewel een hotel en/of casino in Bloemendaal aan Zee ook snel werkelijkheid kunnen worden). De Hollandse kust was en is een populaire bestemming voor dag- en verblijfstoerisme - ook vanuit het buitenland, Duitsland in het bijzonder). Het achterland met veel draagvlak (Bloemendaal, Heemstede-Aerdenhout, Haarlem) wordt voor dagtoerisme te weinig benut. Voor een (mid) weekend verblijfstoerisme gaat de Randstad naar andere stukken van de kust met een rustigere uitstraling: de Waddeneilanden, of Zeeland. Dit terwijl Zandvoort omgeven is door natuur (Waterleidingduinen en nationaal park De Kennemerduinen). Voor slechtweervoorzieningen liggen ook centra van Haarlem en Amsterdam op een steenworp, zelfs met de trein. Omgekeerd is Zandvoort met de trein goed bereikbaar voor binnenlandse toeristen en de buitenlandse die Amsterdam vooral aandoen. De gemiddelde buitenlandse toerist die Amsterdam bezoekt heeft er weinig idee van dat hij met de trein binnen een half uur ook een duik in zee kan nemen in Zandvoort bij de Middenboulevard en daar tot rust kan komen van de drukke stad.²⁰ Voor buitenlandse toeristen zou Zandvoort ook uitvalsbasis kunnen zijn voor het bezoek aan Amsterdam, de Bollenstreek enz.

Bereikbaarheid per auto is slechts een tiental dagen per jaar een probleem, als iedereen naar het strand wil bij warm weer of als er bekende autoraces zijn (zoals Marlboro Masters) of op een zonnige dag in een winterweekend.²¹

3.4.2. Bezoekersmotieven en sterke en zwakke punten

Uit onderzoek onder toeristen van de Noord-Hollandse badplaatsen komen voor Zandvoort als belangrijke reden voor bezoek naar voren:

- 44% Natuur en rust (uitwaaien, strand en duinen) (minder dan elders)
- 34% Op het strand liggen, zonnebaden, zwemmen (meer dan elders)
- 7% Familie- of vriendenbezoek
- 6% Fun (uitgaan, drukte terras) (iets meer dan elders)
- 2% Sportactiviteit (iets minder dan elders)
- 1% Evenement (iets minder dan elders)
- 0,5% Circuit van Zandvoort
- 5,5% overig (vakantievieren, cursus, er even uit zijn)
- 100% totaal (geen motief zijn winkelen, uit eten, boten kijken, doorreis)

Vakantie of bezoek aan strand voor rust en zonnen en zee maken de hoofdmoot uit voor recreatief bezoek aan Zandvoort. Men komt er relatief iets minder voor de natuur en de rust.

²⁰ Horecaondernemer Petersen bepleit al jaren dat Zandvoort 'Amsterdam-Bad' moet gaan heten, juist om toeristen uit Amsterdam naar de badplaats te laten gaan. Hij wil zelfs dat Zandvoort stadsdeel van Amsterdam wordt om de bestuurlijke kracht voor Amsterdam-Bad te vergroten. Dit laatste is mogelijk geen garantie voor succes. Hoek van Holland is al jaren deelgemeente van Rotterdam. Die badplaats is sindsdien weinig aantrekkelijker geworden (Bron Haarlems Dagblad 29 juni 2005).

²¹ Belangrijke knelpunten zijn dan de verbindingswegen dwars door de bebouwde kom van Haarlem-Bloemendaal en Heemstede-Aerdenhout, dus gelegen buiten Zandvoort. Plannen voor verbetering zijn er, maar nog geen harde oplossingsgerichte voornemens. De urgentie is waarschijnlijk gezien het beperkte aantal dagen files niet hoog. Het bereikbaarheidsplan voor de Kust zal niettemin verbeteringen op gaan leveren.

Maar dat is logisch voor een grotere badplaats. 'Fun' is voor Zandvoort ook een belangrijker motief voor bezoek dan in kleinere badplaatsen.

De sterke en zwakke punten van Zandvoort vergeleken met andere badplaatsen in Noord-Holland komen ook uit het onderzoek naar voren.

Sterkere punten:

Mooi strand (19%)

Ontspannen gezellige sfeer (8%)

De zee (7%)

Mooie boulevard (6%)

Accommodatie (4%)

Leuk horeca-aanbod (restaurants, clubs) (3%)

Veel (faciliteiten) om te doen (3%)

Goede wandelmogelijkheden (1,5%)

Zwakkere punten

Hoge prijsniveau accommodatie, terras (9%)

Vuil op straat en op het strand (8%)

De drukte (7%)

Het aangezicht, boulevard lelijk, verpauperd (7%)

Duitsers (3%)

Saai, niets te doen (3%)

Moeilijk bereikbaar met auto, files (2%)

Veel verkeer (1,5%)

service en accommodatie scoren beter in het laagseizoen

3.4.3. SWOT

Op basis van dit en voorgaande hoofdstukken kan een schema worden opgezet waarin de sterke en zwakke punten van Zandvoort worden beschreven. Met het oog op de toekomst komen de kansen en bedreigingen aan bod.

Sterk Bekendheid (met name in combinatie met circuit) Bereikbaarheid (vooral met de trein) Horeca aanbod op het strand Natuur	Zwak Imago voor wellness-doelgroep Winkelaanbod (eenzijdig) Horeca-aanbod op de boulevard Uitstraling boulevard Culturele voorzieningen
Kans Wellness met uniek aanbod in combinatie met andere voorzieningen (theater, museum) Modernisering boulevard Meer bekendheid geven aan natuur Bieden van arrangementen Koppeling met Amsterdam	Bedreiging Opkomst goedkope all-inclusive vakantie met name naar Turkije (vereist scherpe prijsstelling) Meerdere plaatsen ontdekken Wellness Het plan zelf gezien risico van lange tijd bouwput



3.4.4. Conclusies

De sterke punten ontleent Zandvoort aan de strand en zee en aan de bereikbaarheid van de badplaats. De boulevard is daarbij voor sommigen ook een relatief sterk punt. Een in omvang vergelijkbare groep vindt de boulevard met bebouwing een negatief punt. De drukte, vervuiling op straat en strand en het prijsniveau zijn ook relatief zwakke punten. Daarnaast is het winkelaanbod onvoldoende ontwikkeld.

Kansen liggen vooral op het gebied van de koppeling met Amsterdam. Onder toeristen, vooral buitenlandse, is onvoldoende bekend dat een bezoek aan Amsterdam gekoppeld kan worden aan een bezoek aan het strand (Zandvoort). Daarnaast dient de link tussen Zandvoort en natuur sterker te worden benadrukt.

Een integraal programma, waar wellness deel van uitmaakt, biedt kansen voor Zandvoort. Nieuwe doelgroepen, die hieruit voortvloeien, kunnen er voor zorgen dat er mogelijkheden ontstaan om het winkelapparaat en horecavoorzieningen uit te breiden en in de diepte (kwalitatief) te ontwikkelen.



mogelijke locatie wellnessvoorziening

3.5. Marktsценario's

3.5.1. Scenario's

Het programma en de mogelijk gewenste aanpassing ervan kunnen we niet alleen toetsen met de analyse van trends, de huidige markt, referenties, en de uitkomst van SWOT-analyse, maar kunnen we ook plaatsen tegen enkele toekomstscenario's voor de jaren tot 2010-2020.

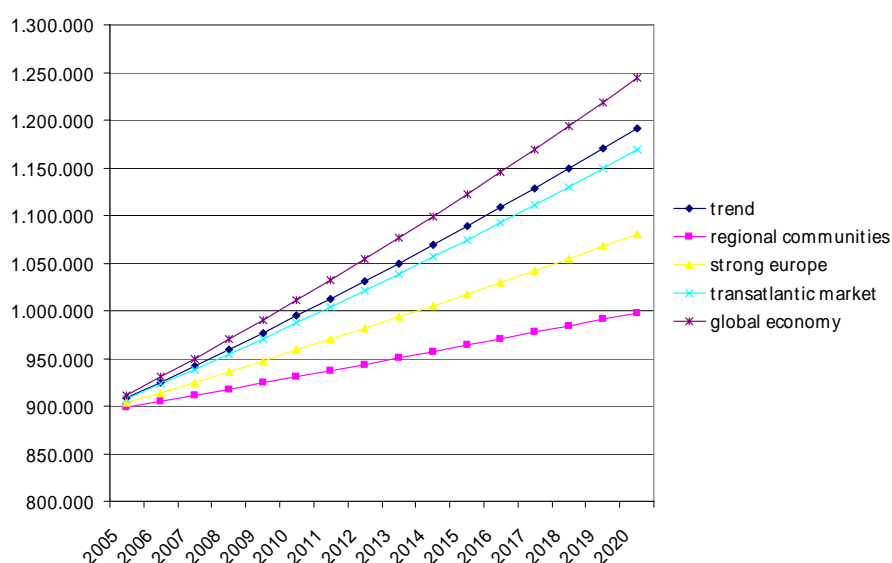
Een eerste scenario is het trendscenario, afgeleid uit ontwikkeling in de afgelopen jaren. Een tweetal andere scenario's leiden we af van macro-economische voorspellingen voor ons land. In de macro-economische toekomstscenario's wordt onderscheid gemaakt naar vier scenario's. De vier scenario's kennen allen een gelijke realiteitswaarde.

Tabel 3-3 Ontwikkeling commerciële diensten

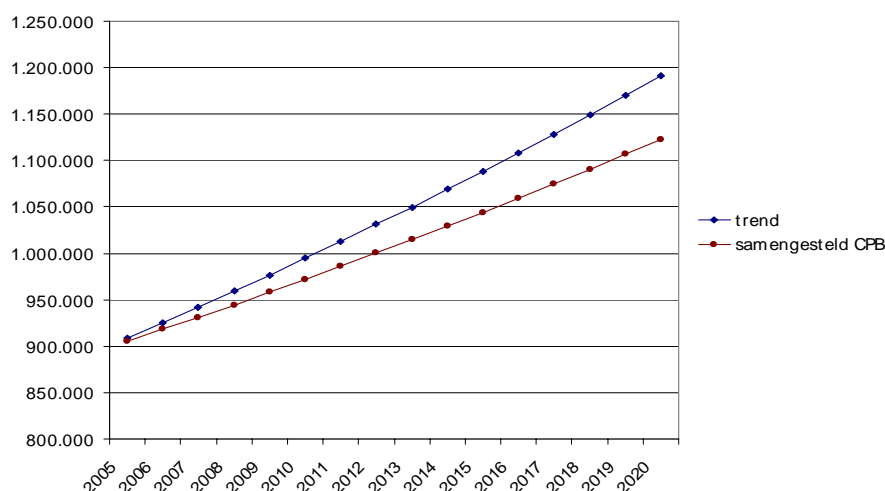
	Regional Communities		Strong Europe	Transatlantic Market	Global Economy
	1971–2001	2002–2040	2002–2040	2002–2040	2002–2040
mutaties per jaar in %					
Bevolking	0,7	0,0	0,4	0,2	0,5
Arbidsaanbod	1,1	– 0,4	0,1	0,0	0,4
Werkgelegenheid	0,9	– 0,5	0,1	0,0	0,4
Arbeidsproductiviteit	1,9	1,2	1,5	1,9	2,1
Volume BBP (marktprijzen)	2,6	0,7	1,6	1,9	2,6
BBP per hoofd	1,9	0,7	1,2	1,7	2,1
gemiddeld niveau in % beroepsbevolking					
Werkloze beroepsbevolking	5,5	7,3	5,7	4,6	4,1
niveaus eindjaar					
Collectieve uitgavenquote (% BBP)	42	51	47	38	36

Bron: CPB, Vier vergezichten op Nederland 2004

Daarnaast wordt gewerkt met een trendscenario. De gemiddelde groei van het verblijfstoerisme in Zandvoort was over de periode 1998-2003 1,9% per jaar. Hiermee zijn vijf scenario's ontstaan. Deze passen we toe op het geschatte aantal verblijfstoeristen in hotels en pension in 2005, te weten circa 900.000. Hierbij dient te worden opgemerkt dat er vanuit is gegaan dat de economische groei (van de dienstensector) volledig gelijk is aan de groei van het toerisme in Zandvoort. Uiteraard zal dit uiteindelijk niet het geval blijken. De waarde van de prognose zit in het feit dat het op dit moment de meest betrouwbare cijfers zijn over de ontwikkeling van de economie in Nederland.

Figuur 3-8 Scenario's toegepast op aantal verblijfstoeristen in Zandvoort

De figuur laat zien dat de bandbreedte van de ontwikkeling in het aantal verblijfstoeristen groot is. Het trendscenario behoort tot de hogere scenario's. Om meer zicht te krijgen op de bandbreedte stellen we één scenario samen op basis van de vier CPB-toekomstscenario's en zetten dit naast het trendscenario.

Figuur 3-9 Scenario's toegepast op aantal verblijfstoeristen Zandvoort

Deze figuur geeft een duidelijker beeld van de bandbreedte, waarbij, logischerwijs, in de toekomst steeds een grotere bandbreedte ontstaat. De groei ten opzichte van 2005 kan voor een drietal jaren (2010, 2015 en 2020) worden bepaald.

Tabel 3-4 Groei verblijfstoerisme ten opzichte van 2005

	Trendscenario	Samengesteld CPB scenario
2010	10%	7%
2015	21%	15%
2020	33%	24%

Uit het trendrapport van de gemeente Zandvoort blijkt dat er 2003 1.709 kamers in Zandvoort waren. Hierbij wordt opgemerkt dat dit niet alleen hotelkamers zijn, maar ook op zolder verhuurde kamers of verhuurde tweede woningen. Het aantal hotels bedraagt 44. Bovenstaande groeicijfers kunnen worden toegepast op deze aantallen.

Tabel 3-5 Mogelijke groei Zandvoort in aantal kamers en aantal hotels

	Trend		Samengesteld CPB	
	kamers	hotels	kamers	hotels
2010	170	4	130	3
2015	360	9	260	7
2020	570	15	410	11

Er ontstaat nu een meer consistent beeld waaruit valt af te leiden dat er tot 2010, op basis van een reële economische ontwikkeling, plaats is voor uitbreiding met ofwel 130 tot 170 kamers ofwel 3 à 4 hotels. Uit voorzichtigheid hanteren we hierbij voorlopig het aantal van 130 kamers.

Als we ervan uitgaan dat de uitbreiding een luxe hotel (minimaal 4 sterren) zal zijn is de vraag hoeveel m² BVO overeenkomt met 130 kamers. Ter vergelijking is gekeken naar het nieuw opgeleverde NH hotel in Den Haag (Prinsenhof, vier sterren). Dit hotel kent een oppervlak van 10.650 m² BVO en 205 kamers (dit hotel beschikt over een zestal vergaderzalen). Dit komt neer op 52 m² BVO per kamer. Een uitbreiding van dit niveau in Zandvoort zou neerkomen op een benodigd oppervlakte van 6.760 m² BVO hotel.

De huidige plannen voorzien echter niet in een uitbreiding van het aantal m² hotel, slechts in een vervanging hiervan.

De economische groeicijfers kunnen ook worden toegepast op het programma voor uitbreiding van de retailfuncties. Uit het rapport van de gemeente Zandvoort blijkt dat Zandvoort een

winkeloppervlakte kent van 13.520 m² WVO. Als we hier de groeicijfers op toepassen ontstaat onderstaand beeld voor de uitbreidingsbehoeften.

Tabel 3-6 Mogelijke groei winkeloppervlak Zandvoort

	Trend	Samengesteld CPB
2010	1.300	1.000
2015	2.700	2.000
2020	4.200	3.300

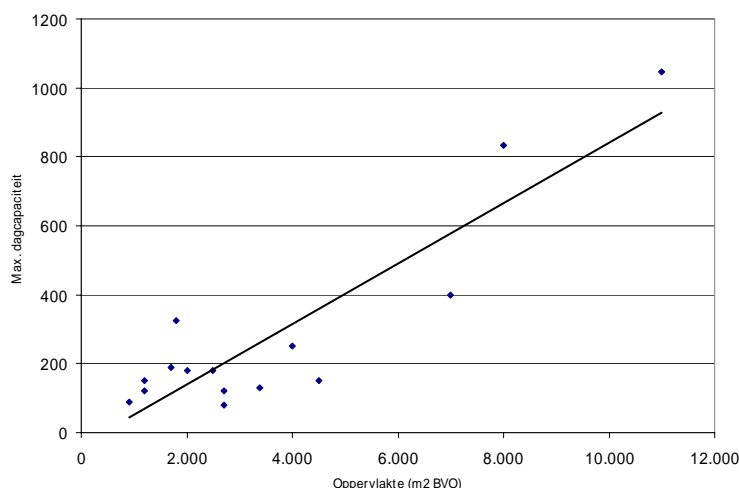
Het huidige programma voorziet in een uitbreiding met 2.600 m² (nieuwbouw van 6.000 m² en sloop van 3.400 m²). Dit is een toename van 19%. De economische prognoses laten zien dat een dergelijke uitbreiding weliswaar mogelijk is, maar dit dan pas kan plaatsvinden over een periode die minimaal loopt tot 2015.

Het plan voorziet ook toevoeging van 640 m² horeca (exclusief hotels, circa 5% van de voorraad). Op basis van economische scenario's is deze toevoeging mogelijk.

3.5.2. Toeristisch potentieel wellness

Om te bepalen hoe groot het effect van de nieuwe wellnessvoorzieningen in Zandvoort zal zijn, is een vergelijking gemaakt met oppervlakten en potentieel van bestaande locaties. De gegevens zijn voornamelijk afkomstig van Franse wellnesscentra.

Figuur 3-10 Maximale dagcapaciteit voor thermerfaciliteiten in Europa



Bron: diverse internetpagina's

Uit grafiek blijkt dat het maximaal aantal gasten per dag goed geschat kan worden aan de hand de oppervlakte van het centrum. Uitgaande van de oppervlakte van het Zandvoortse wellnesscentrum (10.415 m²) is het maximale aantal toeristen op dagbasis 880.

Voor het bepalen van het aantal toeristen op jaarbasis gaan we uit van een centrum dat 350 dagen per jaar geopend is. Dan blijkt het centrum in Zandvoort op jaarbasis maximaal 307.000 toeristen te kunnen trekken.

Deze maximale capaciteit dient vertaald te worden in een werkelijk aantal bezoekers per jaar. Als we Thermae 2000 in Valkenburg als referentie nemen dan blijkt deze factor circa 0,7 te zijn. Het wellnesscentrum in Zandvoort zou dan op jaarbasis op circa 214.000 bezoekers kunnen rekenen. Deze schatting past goed binnen de marge (120.000 – 300.000) voor het aantal wellnessstoeristen zoals geschat door Ecorys (2003).

De toeristen die dit wellnesscentrum bezoeken (het geschatte aantal is 214.000) zullen echter niet allemaal nieuwe toeristen zijn, die specifieke aangetrokken worden door dit centrum. Een deel van de bezoekers zal voortkomen uit de huidige doelgroepen. Het aantal van 214.000 kan dan ook gezien worden als een maximum aantal nieuwe bezoekers.

Een tweede stap is het berekenen van het aantal hotelkamers dat nodig is om aan deze toeristen plaats te kunnen bieden. Hiertoe kijken we enerzijds naar de groei van toerisme en anderzijds naar het aantal hotelkamers van complexen als Thermae 2000 en Sanadome in Nijmegen.

Als we kijken naar de huidige situatie dan blijken er jaarlijks 4 miljoen toeristen Zandvoort te bezoeken en zijn er 1.700 hotelkamers.

Verondersteld dat de toeristen voor 100% nieuwe doelgroep zijn, dan is er een groei met 214.000 toeristen op jaarbasis vanwege het wellnesscentrum. Dit betekent een toename van 5,4% op de huidige 4 miljoen toeristen. Bij een bestaande voorraad van 1.700 hotelkamers betekent dat dat er circa 90 extra kamers nodig zijn. Deze uitbreiding kan gezien worden als de bovenkant van de bandbreedte.

Als we kijken naar vergelijkbare complexen dan zien we bij Thermae 2000 (dat een vergelijkbare oppervlakte van wellnessvoorzieningen kent met 11.000 m²) 65 hotelkamers en bij Sanadome 96 hotelkamers.

Tabel 3-5 Hotelkamers bij Thermae2000 en Sanadome

	Oppervlakte	Bezoekers	Hotelkamers
Thermae2000	11.000	220.000-	65
Sanadome	onbekend	onbekend	96

Gezien de vergelijkbare omvang en bezoekersaantallen van Thermae2000 lijkt een hotel met een capaciteit van circa 65 kamers realistisch voor het thermencentrum in Zandvoort.

In het Ecorys-rapport werd uitgegaan van een hoger aantal kamers (120-140). De onderbouwing hiervoor is echter niet duidelijk. Zowel op basis van toeristische groei en vergelijking met andere locaties lijkt een aan de wellness gerelateerde uitbreiding van 65 kamers (circa 3.400 m²) realistisch. Een dergelijke omvang komt overeen met een percentage nieuwe doelgroepen van 70% (100% nieuwe doelgroepen zou neerkomen op een uitbreiding van 90 kamers).

De groei van het toerisme als gevolg van wellness kan ook toegepast worden op het winkeloppervlak. Eerder is aangegeven dat het aantal toeristen met circa 5% kan groeien als gevolg van wellness. Ervan uitgaande dat hiervan 70% nieuwe doelgroepen zijn is dat vertaald in winkeloppervlak een mogelijk draagvlak voor een groei van 500 m² (ten opzichte van de huidige 13.500 m²).

3.5.3. Conclusies

De verschillende berekeningen en verkenningen in dit hoofdstuk leiden tot het volgende beeld.

- ✚ Op basis van algemene toeristische ontwikkeling is tot 2010 een uitbreiding mogelijk van 3 tot 4 hotels of 130 tot 170 kamers. Uitgaande van hotels met vier sterren komt dit neer op 6.800 tot 8.800 m² BVO.
- ✚ Een wellnesscentrum van 10.000 m² zou kunnen rekenen op iets meer dan 200.000 bezoekers.
- ✚ Voor een dergelijk centrum kan een extra hotelfaciliteit worden gerealiseerd van circa kamers (3.400 m²). De totale hoteluitbreiding bedraagt hiermee (minimaal) circa 10.000 m² BVO. In het huidige RPF is geen uitbreiding van de hotelcapaciteit opgenomen.
- ✚ Het winkeloppervlak kan op basis van economische ontwikkeling tot 2010 groeien met 1.000 tot 1.300 m² BVO. De extra toeristen als gevolg van wellness kunnen, hier bovenop, een groei van 500 m² mogelijk maken. Hiermee komt de totale groei tot 2010 neer op 1.500 tot 1.800 m² BVO. De geplande uitbreiding van 2.600 m² is in dit verband ambitieus en lijkt, zeker gezien de huidige situatie op de winkelruimtemarkt, niet afzetbaar.
- ✚ Het plan voorziet ook toevoeging van 640 m² horeca (exclusief hotels, circa 5% van de voorraad). Op basis van economische scenario's en de verwachte extra wellness-toeristen is deze toevoeging mogelijk.



3.6. Conclusies en marktdadvies

3.6.1. Conclusies

De noodzaak voor aanpak van de Middenboulevard is evident.

Gezien de ontwikkeling in horeca en detailhandel en het toeristisch bezoek (allen stabiel) zijn er meer trekkers nodig om groei van het voorzieningenapparaat te bewerkstelligen. De huidige trekkers hebben afgelopen jaren niet tot veel groei geleid. Uitbreiding van horeca en detailhandel is (naar verwachting) alleen mogelijk indien er nieuwe doelgroepen worden aangetrokken.

Een van de middelen om nieuwe doelgroepen te trekken is wellness. Wellness alleen is echter niet voldoende om voldoende groei te kunnen bereiken.

Om daadwerkelijk nieuwe doelgroepen te kunnen aantrekken is een (dag en avond) aanvullend programma (aandacht voor natuur, theater, cultuur en dergelijke) noodzakelijk.

Van belang is hier een integraal concept voor te ontwikkelen, dat verder kan groeien.

Flexibiliteit in de planopzet is doorvoor nodig. Bij ontwikkeling van het concept is de combinatie wonen-zorg-wellness een formule, waarmee nieuwe doelgroepen met hogere inkomens uit met name regio Haarlem en Amsterdam moeten worden geworven. De combinatie wellness-cultuur-retail-horeca is voor een formule voor het aantrekken van nieuwe doelgroepen van dag- en verblijfstoerisme.

De markt voor het project maken lijkt bij voorbaat een opgave. Belangrijk zijn dan ook de voorwaarden voor hoogwaardige ontwikkeling die met name de gemeente zal moeten creëren om het project tot een succes te kunnen maken.



Wellness

De voorziene omvang van de wellnessvoorziening in het plan is markttechnisch kansrijk. Gerekend kan worden op jaarlijks maximaal 200.000 nieuwe bezoekers aan Zandvoort. Wellness vereist een kuurbadvoorziening met allure en Noordzeewater (verwarmd). Voor schoon zeewater is een pijpleiding de zee in nodig. De kosten hiervan kunnen mogelijk

worden gedeeld met andere mogelijke gebruikers (andere hotels met een zwembad of die een zwembad willen aanleggen).

Uit de analyse van referentiebadplaatsen blijkt dat wellness als enige functie niet voldoende is. Wellness dient ingepast te worden in een verbetering van Zandvoort in brede zin voor nieuwe doelgroepen met bovengemiddeld inkomen. Maatwerk is nodig omdat voor elk onderdeel concurrentie op de loer ligt.

Hotels, detailhandel en horeca

Detailhandel, hotels en overige horeca laten in Zandvoort de laatste jaren een stabiel beeld zien. Er zal ruimte zijn voor ontwikkeling (bij detailhandel vooral op het gebied van niet-dagelijkse boodschappen) maar deze zijn afhankelijk van de komst van een trekker. Nieuwe doelgroepen kunnen mede worden aangetrokken door het bieden van een uitgebreider aanbod aan hotels, horeca en detailhandel.

Het huidige plan voorziet slechts in vervanging en geen toevoeging van hotelcapaciteit. Op basis van economische cijfers is te verwachten dat Zandvoort tot 2010 mogelijkheid heeft tot uitbreiding van het hotelaanbod met circa 6.000 m² BVO (indien de ontwikkeling van Zandvoort gelijke tred heeft met de algemene economische ontwikkeling). Het realiseren van wellness kan hiernaast nog eens een mogelijkheid bieden voor het realiseren van circa 3.400 m² hotel (65 kamers). Een uitbreiding van de hotelcapaciteit zal, naar verwachting, op voldoende economisch draagvlak kunnen rekenen.

Daarentegen is de geplande toevoeging aan winkelruimte (2.600 m² toevoeging, een stijging van het aanbod met 19%) omvangrijk. Op basis van economische scenario's is een dergelijke toevoeging weliswaar mogelijk, maar alleen als deze betrekking heeft op de periode tot 2015 en gecombineerd met de extra winkeltoevoeging als gevolg van de wellness-toeristen. De geplande omvang van toevoeging van winkelaanbod dient kritisch tegen het licht te worden gehouden.

Het plan voorziet ook toevoeging van 640 m² horeca (exclusief hotels, circa 5% van de voorraad). Op basis van economische scenario's en de verwachte extra wellness-toeristen is deze toevoeging mogelijk.

Wat betreft het casino is er vooralsnog geen duidelijke reden gevonden voor verplaatsing ofwel sloop/nieuwbouw hiervan. Het huidige casino past in de omgeving en creëert een meerwaarde voor het Badhuisplein.

Kantoren en overige functies

De afzet van de geplande toevoeging van 1.225 m² nieuwe kantoorruimte is mogelijk, met name voor de bestaande bedrijven in Zandvoort, die betere kantoorruimte zoeken. Risico's zijn te beperken indien de kantoorruimte in de plint onder de woningen zijn opgenomen, zodat deze mogelijk kunnen worden omgezet in woon-werk-appartementen. De kantoreenheden zullen niet meer opleveren dan woonruimte.

Overige functies, zoals economische functies en een museum of galerie zullen naar verwachting geen autonome trekkers zijn van nieuwe doelgroepen, maar zullen zeker ondersteunend zijn voor het integrale programma. De markt hiervoor is moeilijk te verkennen. Met nieuwe doelgroepen zou een galerie of klein museum (bijvoorbeeld dependance van het Rijks- of Stedelijk museum, tevens een nieuwe trekker) denkbaar zijn. De opbrengsten van deze functies zijn waarschijnlijk lager die van kantoorruimte. Flexibiliteit in gebruiksmogelijkheden is ook bij dit programma onderdeel van belang. Omzetting in woonruimte moet ook deels mogelijk zijn. Een deel van dit oppervlak zal nodig kunnen zijn voor een klein theater (te koppelen aan een nieuw hotel, mede als gebruik voor conferenties). Voor een klein theater en museum ramen we globaal een ruimtebehoefte van circa 3.000 m² BVO. Het programma met 4.485 m² voor overige functies is dus te ruim.

Woningen

Op het gebied van nieuwe appartementen is de verwachting dat een uitbreiding van circa 350 appartementen in een periode van 5 tot 10 jaar gerealiseerd kan worden. Deze doorlooptijd is vooral afhankelijk van conjuncturele ontwikkeling in het algemeen, en meer specifiek de positionering en ontwikkeling van Zandvoort. De appartementen zullen hierbij overwegend in het midden+ segment worden gerealiseerd. Het topsegment kent in Zandvoort een beperkte omvang. Het deels ontwikkelen van de appartementen in de huursector (hierbij kan worden

gedacht aan koop/huur verhouding van 2/1) vergroot de afzetkansen en kan daarmee de doorlooptijd verkorten.

Als de woningbouwplannen integraal met trekkers zoals wellness met wonen en ook zorgvoorzieningen worden ontwikkeld (waarmee nieuwe doelgroepen worden aangetrokken) en de appartementen voldoende kwaliteiten bieden dan is een kortere doorlooptijd van de marktopname mogelijk, van twee tot drie jaar. Nieuwe bovenlokale en bovenregionale doelgroepen zijn daarvoor nodig. Mogelijk gebruik als tweede woning moet daarbij niet worden belemmerd door gemeentelijke bepalingen dienaangaande.

De wellness-voorzieningen en het benadrukken van de nabijheid van de Amsterdam kan de afzetbaarheid (verkoopsnelheid) van de appartementen ten goede komen maar zal niet of nauwelijks leiden tot hogere te realiseren VON-prijzen.

De indruk bestaat dat in het huidige plan de opbrengsten uit het woningbouwprogramma onvoldoende zijn om de kosten ervoor te dekken. De stedenbouwkundige opzet dient kritisch te worden bezien voor de marktafzet en financiële haalbaarheid. De grondexploitatie lijkt voor de grondopbrengsten sterk afhankelijk van de woningbouw.

Vergelijking programma en marktmogelijkheden

Voorgaande bevindingen zijn samengevat in onderstaande tabel waarin het programma voor de Middenboulevard wordt vergeleken met de geschatte mogelijkheden in de markt.

Tabel 6-1 Vergelijking toevoeging Middenboulevard volgens programma en marktmogelijk heden in m2 BVO

	Programma	Markt	Verschil
Appartementen	(353 woningen)	(353)	
Retail	2.610	1.700	+910
Horeca	640	640	0
Zakelijk	1.225	1.225	0
Wellness	10.415	10.415	0
Hotel	0	3.400	-3.400
Casino	410	410	0
Overig	4.485	ca 3.000	+1.485
Totaal (excl woningen)	19.785	20.790	-1.005

De omvang van het programma voor uitbreiding van de meeste functies past in de verwachte markt.

De markt voor winkels is echter minder groot dan waarvan het programma uitgaat. Ook het programma voor de overige functies lijkt te groot voor de markt.

Het programma voorziet echter geen uitbreiding van de hotelfunctie, terwijl daar een markt voor is te verwachten, alleen al in combinatie met de wellnessvoorziening (waarvoor in de tabel de oppervlakte is opgenomen, daarnaast op basis van verwachte ontwikkeling meer uitbreiding mogelijk).

Overall gezien is het programma voor de functies (exclusief wonen) in omvang wat krap voor de markt.

Als de woonfunctie in de beschouwing wordt genomen is de uitbreiding met ruim 350 appartementen haalbaar in de markt. Bij marktconforme ontwikkeling van het concept (wonen, wellness, zorg en andere voorzieningen) zouden in beginsel binnen vijf jaar meer woningen kunnen worden afgezet, indien het concept ook in ruimtelijk stedenbouwkundig opzicht marktconform is.

3.6.2. Advies

Markt en Ruimtelijk Functioneel Plan Middenboulevard

Het programma voor de Middenboulevard is met hierboven gegeven kanttekeningen en bijstellingen in beginsel haalbaar in de markt.

Het stedenbouwkundig plan Middenboulevard maakt echter niet alleen in positieve zin ruimte voor het programma van vernieuwing, maar laat ook een aantal problemen voor het programma zien of garandeert de oplossingen niet.

Een probleem is het verwachte tekort op de grondexploitatie en de onzekerheid dat subsidies van hogere overheden dat zullen afdekken. Er is bij voorbaat weinig ruimte voor extra investeringen voor de benodigde aanvullende voorzieningen, zoals theater en museum. Het plan voor de Middenboulevard zal sterk leunen op nieuwe doelgroepen die nog weinig in Zandvoort zijn aan te treffen. Dat brengt extra risico's met zich mee.

Het plan Middenboulevard mikt op twee polen van levendigheid/drukke: noordkant Palacehotel/wellness en Badhuisplein (casino, winkels, horeca) met voetverkeer tussen beide over de Zeeboulevard en mogelijk zelfs horeca erlangs. De woningbouw is er sterk op georiënteerd met open verkaveling en semi-openbaar gebied. Een druk open woongebied staat op gespannen voet met nieuwe doelgroepen bewoners (met name senioren) die veelal een rustige veilige woonomgeving zoeken. Aan de andere kant valt het te betwijfelen of de omvang van de nieuwe doelgroepen voor het nieuwe programma groot genoeg is voor twee levendige polen in het plangebied.

Het plan voorziet in hoogwaardig wonen. Dit wordt gezien bovenstaand al niet geheel geboden. Voorts geldt door hoge dichtheid en geleding van de woonblokken dat een aanzienlijk deel van de appartementen weinig zeezicht zal hebben; hetgeen de marktwaarde van de nieuwbouw beperkt. De realisatie van de woonbebouwing op het Burg. van Fenemaplein zal op haar beurt leiden tot omvangrijk verlies aan uitzicht voor de appartementengebouwen die blijven staan (veel planschade).



Vervangen van de huidige winkelstrip met passagewinkels door woningen aan de noordkant langs de Burgemeester Engelbertsstraat is vanuit het perspectief van woninglocatiekwaliteiten ook een weinig positieve oplossing.

Het plan is betrekkelijk integraal van opzet en biedt daardoor weinig flexibiliteit en weinig mogelijkheden tot een planeconomische en strategische ontwikkeling.

Voor de lakmoesproef van de ambities en reductie van het verwachte tekort op de grondexploitatie moet gestart kunnen worden bij een deellocatie met weinig verwervingsinvesteringen.

Noord, midden en zuid in Middenboulevard

Het middenplandeel en het noorddeel van de Middenboulevard hebben wat betreft de aanpak prioriteit. Vooral wellness levert vooral indirecte opbrengsten, maar niet op het gebied van netto grondopbrengst.

Het plandeel zuid van de Middenboulevard (uitgezonderd het bebouwen van het plein bij de Watertoren) heeft minder prioriteit, hier zouden alleen strategische verwervingen kunnen worden overwogen waarbij er op termijn duidelijk zicht is op een opbrengstpotentieel. De verwachting is dat het zuidelijk deel voor een groot deel door de markt kan worden opgepakt. Uitzondering hierop is het Watertorenplein. Deze locatie leent zich goed voor herontwikkeling.

Mogelijke locaties voor Wellness-bad 'Amsterdam'

Voor het succes is de trekker wellness van eminent belang. Dan is het de vraag of de locatie op de noordpunt, zoals het plan voorziet, de meest kansrijke is, ook in de optiek van de toekomstige investeerder/exploitant. Om het plan veilig te stellen lijkt een oordeel over de locatie in het plangebied van potentiële gegadigden essentieel. De gewenste locatie is verder relevant voor de verdere invulling van een groot deel van het plangebied. Ook vanuit planeconomie en strategische planontwikkeling zijn er locatie-eisen te stellen.

Het project in Borkum kan gezien worden als een goede referentie voor een wellness-bad. Het complex zou wel aan zee moeten liggen (uitzicht, terras, mogelijkheid om vanuit het complex het strand op te kunnen en voor verkoeling de zee in te kunnen, na de sauna). Via een tunnel onder de boulevard zou een entree vanuit strand kunnen en ontstaat een route voor de saunagangers naar zee (al kan dit vanwege de waterwerende functie van de boulevard lastig realiseerbaar zijn). Een deel van het project zou ook onder het maaiveld ter plaatste in de duin kunnen worden gerealiseerd (sauna, beauty); met mogelijk parkeren er onder of er naast.



Mogelijke locaties voor het wellnesscomplex (met andere functies) in de Middenboulevard zijn gezien vanuit locatie-eisen en lage investeringen in verwerving:

- 1 Noordpunt naast Palacetoren
- 2 Ter plekke van het voormalig Dolfinarium en de strip bij het Palacehotel en deels onder het Burg. Van Fenemapplein
- 3 Badhuisplein ten noorden hoektoren, stuk aan de Zeeboulevard/ De Favaugeplein/Burg. Engelbertstraat
- 4 Badhuisplein Oostkant toren op de hoek /De Favaugeplein/Burg. Engelbertstraat (tunnel lastiger)
- 5 Hoek Zeeboulevard Schuilegat/De Favaugeplein/Burg. Engelbertstraat (met Dirk vd Broek)
- 6 Bij de watertoren (tunnel naar zee zeer lastig en geen zeezicht)



Het voordeel van de locaties 3, 4 en 5 is dat het Favaugeplein mee in de ontwikkeling kan worden genomen, onder andere voor ondergronds parkeren en deel voor woningbouw en een hotel. Bij de andere locaties kan minder gemakkelijk de hoogte worden gezocht.

Voor haalbaarheid en optimalisering van het programma in de markt dient, samengevat, het ruimtelijk functioneel plan nog te worden aangepast in samenspraak met toekomstige risicodragers bij ontwikkeling en exploitatie.

Flexibiliteit

Voor het realiseren van een integrale en complexe ontwikkeling als gepland in Zandvoort is flexibiliteit, met het oog op strategische ontwikkeling en optimalisering van opbrengsten, van groot belang. In het voorgaande is al geconstateerd dat er meerdere locaties geschikt (kunnen) zijn voor het wellnesscentrum. Voorafgaand aan een uiteindelijke locatiekeuze voor wellness dient er draagvlak te zijn (voor die locatie) bij zowel ontwikkelaars/exploitanten van wellness, als die van hotels en woningen. Een marktconsultatie bij deze partijen ten aanzien van hun ideeën voor een geschikte locatie ligt vanuit dat perspectief voor de hand.

Daarnaast is flexibiliteit gedurende de realisatie van belang. Marktomstandigheden kunnen immers snel veranderen²², waardoor er op korte termijn meer of minder ruimte kan ontstaan voor bijvoorbeeld winkel- of hotelontwikkeling.

²² Ter illustratie, Thermae2000 kende tussen 2001 en 2002 een niet te verklaren terugloop in bezoekers van 300.000 naar 220.000 per jaar.

4. Financiële analyse

5. Conclusies financiële analyse

Zoals uit de risicoanalyse van de aangepaste basisberekening blijkt is de haalbaarheid van de plannen sterk afhankelijk van de mate waarin de woningen kunnen worden gerealiseerd. Veel minder is dat het geval voor de kosten van bouw en woonrijp maken.

- Het RFP geeft een goed antwoord op de gesignaleerde bestaande situatie. De situering van de appartementen is in het duinmodel echter niet optimaal. Er zouden meer appartementen gerealiseerd moeten worden met zeezicht. Dit zal het afzetrisico van de appartementen kunnen verkleinen.
- Eventuele stedenbouwkundige aanpassingen zullen ook mogelijk moeten blijven. Er moet naar gestreefd worden dat binnen de kaders van het RFP te houden, maar indien zich een situatie voordoet die het nodig maakt die kaders op te wijzigen, zal die discussie gevoerd moeten worden.
- Om tot een gezonde exploitatie van het pakket projecten conform de meest recente marktinzichten te komen, dienen forse subsidiestromen te worden aangeboord. Gezien de kwaliteit van de plannen van het RFP en de daaruit voortvloeiende positieve effecten op bereikbaarheid, veiligheid, leefbaarheid en werkgelegenheid bieden de plannen onzes inziens goede mogelijkheden om de subsidies ook daadwerkelijk te ontvangen. Overeenkomstig het contant gemaakte tekort op het totale pakket grondexploitaties van de basisberekening is het benodigde subsidiebedrag per deelgebied per jaar aangegeven voor de aangepaste basisberekening (tabel 4.7).
- Het is aan te raden de deelgebieden stapsgewijs ter hand te nemen, te beginnen met de opbrengstgenererende deelgebieden. De kwaliteitsslag die deze gebieden met zich meebrengen, zal naar verwachting een positief vliegwieleffect op de volgende deelgebieden hebben. Als gevolg daarvan zal de verhouding van te realiseren woningen II ten gunste van de woningen in het topsegment kunnen worden bijgesteld.
- Het realiseren van relatief meer woningen in het topsegment biedt een unieke kans voor Zandvoort. In het RFP wordt uitgegaan van een verhouding van 10 % woningen in de categorie van de goedkopere koop en 90 % in de duurdere koopcategorie. Zoals aangegeven hebben wij bij onze berekeningen een onderverdeling van de duurdere koop gehanteerd tussen de duurdere koop en het topsegment in de verhouding van 5:4. Het RFP Middenboulevard Zandvoort heeft naar de mening van OPP bv. de potentie in zich om, bij een goede kwalitatieve invulling van het “wellness-concept” deze verhouding ten gunste van het topsegment te doen keren. Een verhouding naar meer woningen in het topsegment zal positieve gevolgen hebben voor de financiële haalbaarheid van de plannen.
- Gedurende de ontwikkeling van enig deelplan dient de daadwerkelijke ontwikkeling van dat betreffende deelplan gemonitord te worden op basis waarvan bepaald kan worden welk volgend deelplan op welke wijze het meeste kans van slagen heeft. Hierbij dient wel steeds de samenhang tussen de verschillende deelplannen, zoals aangegeven in het RFP, gegarandeerd te blijven. De volgorde van de realisatie van de plannen moet dus, naast de ruimtelijke inpasbaarheid, afhankelijk gesteld worden van mogelijkheden in het verkrijgen van subsidies en de dan actuele marktontwikkelingen;
- De aanleg van ondergronds parkeren ten behoeve van de (woon)bebouwing, maar met name ook voor de toeristische bezoekers zal een positief effect op financiële haalbaarheid van de (deel)plannen hebben. Daarnaast kan daarmee een éénduidig parkeermanagementsysteem opgesteld en geïmplementeerd worden. Een dergelijk systeem zal naast de financiële component tevens een positief effect hebben op de verkeersveiligheid, bereikbaarheid en leefbaarheid van Zandvoort. In oktober van dit jaar heeft staatssecretaris Melanie Schulz van Haagen van Verkeer en Waterstaat aangegeven dat zij het beschermingsniveau in buitendijkse woongebieden aan de kust gaat vastleggen. Zij heeft dit aangegeven naar aanleiding van een advies dat de “Commissie Bescherming en ontwikkeling van buitendijks gebied in kustplaatsen”

onder leiding van de Noord Hollandse gedeputeerde Patric Poelmann op haar verzoek heeft geschreven. Staatssecretaris Schultz geeft daarbij aan dat zij de nodige maatregelen zal nemen om in de toekomst ook voldoende bescherming te kunnen bieden. Niet alleen het behoud van de huidige bescherming biedt zekerheid en is gunstig voor het investeringsklimaat, ook moeten gemeenten (waaronder Zandvoort), provincies en waterschappen mogelijkheden benutten om bestaande bouwbelemmeringen in kustplaatsen te verminderen. Hiermee is naar de mening van OPP bv. in beginsel de mogelijkheid gegeven om ook ondergronds parkeren mogelijk te maken.